

PLANIFICACIÓN DE CURSO
Primer Semestre académico 2022

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura: Taller Práctico Profesional 2	Código: ICA4901
Semestre de la Carrera: 7	
Carrera: Ingeniería Comercial	
Escuela: Ciencias Sociales	
Docentes: Job Rivas Galdames - job.rivas@uoh.cl	
Horario: Sección 1: Lunes 10:15 – 11:45 Martes 08:30 - 10:00 Sección 2: Lunes 12:00 – 13:00 Martes 10:15 – 11:45	

Créditos SCT: 4
Carga horaria semestral 120 horas
Carga horaria semanal: 7,5 horas

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

II. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

1)	Adquiere las herramientas necesarias que permitan conocer el proceso de diseño, creación e implementación de un negocio real.
2)	Desarrolla las competencias necesarias para identificar una oportunidad en el mercado e idear un plan de negocios y su ejecución.
3)	Comprende la importancia de la gestión de procesos en ambiente BPMN y su implementación en un negocio real.
4)	Reconoce la necesidad de gestionar un negocio y su equipo de trabajo, mediante el uso de Metodologías Ágiles (Design Sprint - Agile).

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	Kick off - Qué nos convoca? Conociendo mi Team mediante un caso de negocios	4,5	3	Evaluación Participativa
2	Unidad 1 - Teamwork Aplicando entorno de trabajo a nuestro equipo en Slack	4,5	3	Evaluación Participativa
3	Unidad 1 - Teamwork Gestión Ágil - metodologías de trabajo en el mundo actual (Design Sprint)	4,5	3	Evaluación Participativa
4	Unidad 1 - Teamwork Gestión Ágil - metodologías de trabajo en el mundo actual (casos)	4,5	3	Evaluación Participativa
5	Unidad 2 - Marketing y Negocio Identificando una Oportunidad de Negocios Desarrollar un plan de negocios Flipped Class (Teams realizan cápsula)	4,5	3	Evaluación Participativa
6	Unidad 2 - Marketing y Negocio Análisis de la Industria y Competencia	4,5	3	Evaluación en Team
7	Unidad 2 - Marketing y Negocio Desarrollo del Marketing Mix Casos de éxito en Fintech Proyecto Teams - entrega Fase 1	4,5	3	Evaluación Participativa
8	Receso			

9	Unidad 3 - Creando mi empresa Organizaciones, evolución e impacto en la actualidad Flipped Class (Teams realizan cápsula)	4,5	3	Evaluación Participativa
10	Unidad 3 - Creando mi empresa Aspectos legales para crear una empresa en Chile Flipped Class (Teams realizan cápsula)	4,5	3	Evaluación Participativa
11	Evaluación de contenidos (prueba)	4,5	3	Evaluación individual
12	Unidad 3 - Creando mi empresa Aspectos Financieros y Contables	4,5	3	Evaluación Participativa
13	Unidad 3 - Creando mi empresa Inspiración, Startups exitosas en la actualidad. Invitados a contar su experiencia	4,5	3	Evaluación Participativa
14	Unidad 4 - Procesos Enfoque de procesos en gestión mediante tecnología	4,5	3	Evaluación en Team
15	Unidad 4 - Procesos Gestionando procesos con BPMN (casos) Proyecto Teams - entrega Fase 2	4,5	3	Evaluación Participativa
16	Síntesis del curso	4,5	3	

IV. CONDICIONES Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

Ponderación 20% (semana 7)

- Proyecto Teams Fase 1, Informe de Avance
Cada Team en respuesta al tema asignado, debe generar el informe ejecutivo de avance de acuerdo a lo definido en pauta de evaluación. Este informe debe entregarse en el módulo tareas de Ucampus.

Ponderación 20% (semana 15)

- Proyecto Teams Fase 2, Informe de Avance y Presentación
Cada Team en respuesta al tema asignado, debe generar el informe ejecutivo de cierre de acuerdo a lo definido en pauta de evaluación. Este informe debe entregarse en el módulo tareas de Ucampus. Además en 5 minutos (elevator pitch) y de manera presencial, debe presentar las principales conclusiones del trabajo realizado con su Team

Ponderación 20% (semana 5 y semana 10)

- Flipped Class Clase Invertida - (cápsula)
En módulo tareas (Ucampus) cada team debe entregar una cápsula (video) de 10 minutos que presente el tema asignado realizando una clase invertida, la cual considere los objetivos declarados en la pauta de evaluación.
Existen 2 fechas de entrega;
Semana 5 teams (Tokio, Río, Moscú, Manila)
Semana 10 teams (Marsella, Estocolmo, Berlín)

Ponderación 20% (semana 11)

- Evaluación de Contenidos
Presencial sincrónica mediante Ucampus (Utest) que considera los contenidos vistos en clases más los temas presentados por cada Team mediante Flipped Class (cápsulas)

Ponderación 20% (semana 16)

- Autoevaluación y Coevaluación
Actividad presencial implementada en GForms, donde se potencia Teamwork y pensamiento crítico requiriendo que cada integrante del curso evalúe su participación y la de sus compañer@s de Team.

V. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS OBLIGATORIOS

Bibliografía Fundamental

- Mullins, J. W., & Komisar, R. Innovando en el Modelo de Negocios.
- Antonio Borello. El Plan de Negocios.
- Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas, Jake Knapp , John Zeratsky. 2016

VI. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS

Bibliografía complementaria

- David Ronick. Hit the Deck: Create a Business Plan in Half the Time, with Twice the Impact.
- Héctor Sepúlveda. Power Pitch Method