

**PROGRAMA DE ESTUDIO
EMPREDIMIENTO II**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECS329					
4. Ubicación en la malla	III año, II semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Annual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	0
9. Horas académicas	Clases	68		Ayudantía	0	
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

El costo de emprender ha disminuido tan significativamente que existe una proliferación no sólo de nuevas empresas, sino de nuevos modelos de negocios que llegan a disrupir y distorsionan mercados tradicionales y a las empresas ahí establecidas. Hoy los nuevos emprendedores y líderes empresariales deben entender en profundidad estas nuevas reglas -que están en constante evolución- para saber anticiparse velozmente a los cambios y adaptarse eficazmente. En este contexto la UDD reconoce vital que los alumnos sepan interpretar la realidad del emprendimiento de manera rigurosa y crítica, al mismo tiempo disponiendo de las herramientas relevantes que les permitan desarrollarse exitosamente y convertirse en agentes de cambio positivos en una época marcada por los cambios y la incertidumbre.

La asignatura se relaciona directamente con el Plan de Estudios y pertenece al ciclo de Licenciatura y al área de "Sello UDD". El aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas de "Emprendimiento y Liderazgo" y "Visión Global".

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

COMPETENCIAS GENÉRICAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE GENERALES
<p>Emprendimiento y Liderazgo</p> <p>Visión Global</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comprender las características de diversos modelos de negocio identificando cómo se articulan y codependen las distintas funciones dentro de un negocio emprendedor para generar una propuesta de valor exitosa en el mercado y distinguir cuales son actualmente los disruptores en el mercado global y local.
COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollar una visión holística y diversa de cómo funcionan distintos tipos de negocios, que permitan desarrollar mejores estrategias en el futuro ya sea desde un emprendimiento, una empresa, fundación, consultora o el mundo académico. ✓ Ser capaz de interpretar las distintas propuestas de mercado debatiendo y confrontando los diversos puntos de vista en el contexto de análisis de casos de tal forma que les permita proyectarse al futuro con seguridad y visión.
<p>Trabajo en Equipo</p> <p>Integración y Aplicación de Conocimientos</p> <p>Detección Oportunidades de Negocios</p>	



D. Unidades de Contenido y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencias	Resultados de Aprendizaje
<p>UNIDAD I: Modelos de Negocio</p> <ol style="list-style-type: none"> Tipos de emprendimientos: Startups, empresariales, sociales (con y sin fines de lucro), u otros. Cambios y evolución que ha sufrido el contexto social, político, tecnológico y económico que ha permitido el surgimiento de nuevos modelos de negocios. Evolución de la metodología Lean desde la manufactura automotriz hasta los startups y el rol que han jugado académicos como Steve Blank, Eric Ries, Alex Osterwalder, Yves Pigneur, y otros. 	<p>Visión Global</p> <p>Integración y Aplicación de Conocimientos</p> <p>Trabajo en Equipo</p>	<p>Caracteriza los mayores drivers de cambio en términos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contexto social actual y su evolución. - Nuevas tecnologías. - Nuevos valores. <p>Formula una posible interpretación que explique estos cambios.</p> <p>Discute las diferencias de enfoque al analizar los emprendimientos a través de distintas épocas.</p>

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
<p>UNIDAD II: Segmento de Clientes</p> <ol style="list-style-type: none"> Herramientas de segmentación más allá de variables demográficas. Segmentos a perseguir. Ciclo de vida de un producto. Estrategias para conocer las necesidades de los consumidores. Cómo funcionan las multi-sided platforms. 	<p>Emprendimiento y Liderazgo</p> <p>Trabajo en Equipo</p> <p>Detección Oportunidades de Negocios</p>	<p>Analiza el emprendimiento del caso y:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Especifica su servicio y Mercado. - Entiende su propuesta de valor. - Descompone su modelo de negocio. <p>Debaten entorno a los aspectos únicos de sus modelo de negocio, cómo se articula para generar valor, y qué tan sustentable es.</p> <p>Incluye consideraciones de mercado o sociedad que hacen posible el surgimiento de este tipo de emprendimientos.</p> <p>Profundiza en la dimensión o bloque correspondiente a esa semana.</p>



Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD III: Propuesta de Valor 1. Distintos tipos de innovación. 2. Estrategias de posicionamiento vinculadas a la propuesta de valor.	Visión Global Detección Oportunidades de Negocios	Responder a las preguntas: ¿El producto o servicio es igual que otros, es una innovación incremental o es una innovación disruptiva? ¿Cómo agrega valor el producto o servicio? ¿Qué problema intenta solucionar y para quién? ¿Qué tan fácil o difícil es para el usuario beneficiarse de dicha solución? ¿Cómo se posiciona el producto o servicio con respecto a la competencia (diferenciación)?

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD IV: Relación con el Cliente 1. Estrategias para captar, retener y fidelizar clientes. 2. Tipos de relaciones con los clientes y sus implicancias para el emprendimiento. (por ejemplo: Asistencia personal, Asistencia personal exclusiva, Autoservicio, Servicios automáticos, Comunidades de usuarios, y Creación colectiva)	Emprendimiento y Liderazgo Integración y Aplicación de Conocimientos Trabajo en Equipo	Responder a las preguntas: ¿Cómo se crea demanda para cada uno de los canales? ¿Cuáles son los trade-offs entre las distintas formas de relación con los clientes? ¿Cómo vas a estudiar las claves de comportamiento de tus consumidores / clientes?



Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD V: Canal de Distribución 1. Distintos canales de distribución disponibles. 2. Etapas de interacción de los clientes con el emprendimiento: a. Información b. Evaluación c. Compra d. Entrega e. Postventa	Visión Global Detección Oportunidades de Negocios	Responder a las preguntas: ¿Cuáles son los canales de distribución de tus productos / servicios? ¿Cómo se enteraran los consumidores de la existencia del producto/canal y cómo logrará que el mensaje llegue a los destinatarios deseados? ¿Cuál es la relación entre los distintos canales de distribución? ¿Existen sinergias entre algunos? ¿Cómo conviven distintos canales entre sí?

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD VI: Ingresos 1. Diversas forma de recibir ingresos y estructurar los ingresos que recibe de sus clientes (desde venta por unidad, pasando por suscripción, hasta financiados por publicidad) 2. Posibles estrategias de precio.	Emprendimiento y Liderazgo Detección Oportunidades de Negocios Trabajo en Equipo	Responder a las preguntas: ¿Cuáles son las dimensiones de tus productos / servicios que tus consumidores estan dispuestos a pagar? ¿Cuánto pagan hoy por una solución similar o comparable? ¿Cuál es la forma de cobro que les sale más atractiva a los clientes y que maximiza los ingresos? ¿Cuántas fuentes de ingresos distintas tiene el emprendimiento?



Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD VII: Actividades Clave 1. Aspectos operacionales y actividades de mitigación asociados a la entrega del producto / servicio. 2. Implicancias y desafíos de distintos aspectos de la propiedad intelectual.	Visión Global Trabajo en Equipo Integración y Aplicación de Conocimientos	Responder a las preguntas: ¿Qué actividades clave debes desplegar para realizar tu producto o tu servicio con el nivel de calidad deseado? ¿Cuál será el mecanismo o protocolo para resolver conflictos? ¿Cómo está protegida la propiedad intelectual del producto o servicio?

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD VIII: Recursos Clave 1. Distintos tipos de recursos: Físicos, Intelectuales, Humanos, y Financieros.	Visión Global Integración y Aplicación de Conocimientos	Responder a las preguntas: ¿Cuáles son los recursos clave necesarios para cumplir la propuesta de valor? ¿Qué personas son clave? ¿Por qué? ¿Cómo y dónde se produce? ¿Qué limitaciones existen (materias primas, tecnología, condiciones externas, etc.)? ¿Quiénes son los proveedores clave?



Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD IX: Socios Clave 1. Todos los actores de la cadena de valor y dimensionar su contribución a la generación del producto o servicio. 2. Rol que juegan o pueden jugar otros stakeholders o actores claves ligados a estrategias como mitigación de riesgos, alcanzar economías de ámbito o escala, y/o la adquisición de recursos claves.	Emprendimiento y Liderazgo Detección Oportunidades de Negocios Trabajo en Equipo	Responder a las preguntas: ¿Quiénes son los socios claves hoy? ¿Quiénes son los proveedores clave? ¿Qué actividades claves desarrollan los socios? ¿Qué recursos claves proveen los socios?

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
UNIDAD X: Estructura de Costos 1. Distintos tipos de costos. 2. Implicancias para la rentabilidad y la capacidad de escalar asociadas a distintas estructuras de costos. 3. Alcance de distintas alternativas de financiamiento.	Emprendimiento y Liderazgo Integración y Aplicación de Conocimientos Detección Oportunidades de Negocios	Responder a las preguntas: ¿Cuáles son los costos más importantes inherentes al emprendimiento? ¿Cuánto cuestan las actividades claves? ¿Cuánto cuestan los recursos claves?

Unidades de Contenidos	Competencia	Objetivos de Aprendizaje
<p>UNIDAD XI: Ecosistema y Tendencias</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Actores en el mercado del financiamiento. 2. Rol de la regulación en los mercados. 3. Conocer Aceleradoras e Incubadoras 4. Variados conceptos asociados al emprendimiento: Unicornios, B Corporations (Etsy), etc. 	<p>Visión Global</p> <p>Integración y Aplicación de Conocimientos</p>	<p>Distingue cómo operan y cómo se diferencian los: Inversionistas Ángeles, Venture Capital y Private Equity</p> <p>Caracteriza el ecosistema de emprendimiento en Chile y el Mundo</p> <p>Discute distintas tendencias que se están viendo en el mundo del emprendimiento</p>

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos y fomentando la participación en clases. El estudiante analizará casos de producción discursiva en los que podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

1. Clases expositivas apoyadas con tecnologías como Power Point o Prezi.
2. Trabajos de grupo y debates entre los mismos alumnos; guías de trabajo desarrolladas en clases; cuestionarios a diversas fuentes de información.

F. Estrategias de Evaluación

Este curso utilizará distintos procedimientos de evaluación con el fin de enfatizar el proceso de aprendizaje de los alumnos. Así entonces, se recogerá información en distintos momentos del semestre para proporcionar retroalimentación a los alumnos. De la misma manera, los estudiantes conocerán estos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

En razón a lo anterior, los procedimientos de evaluación podrán ser las siguientes:

Evaluaciones
Certamen 1
Certamen 2
Trabajos
Talleres
Presentaciones
Examen

Requisito de asistencia: este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75% de asistencia a las clases.

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

1. LA COCINA DE LA ESCRITURA; Daniel Cassany, Ed. Anagrama, Barcelona, 1993.
2. EL GRADO CERO DE LA ESCRITURA; Roland Barthes, Ed. Planeta, Buenos Aires, 2003.
3. EJERCICIOS DE ESTILO; Raymond Queneau, Ed. Cátedra, Madrid, 2009.
4. LECTURAS PARA MUJERES; Gabriela Mistral; Ed. Nuevo México, México, 1924.
5. CÓMO ESCRIBIR UNA TESIS; Umberto Eco, Ed. Gedisa, Barcelona, 2000.
6. TEXTOS Y DISCURSOS; Gerardo Álvarez, Ed. Universidad de Concepción, Concepción, 2001.
7. ¿QUÉ SIGNIFICA HABLAR?; Pierre Bordieu, Ed. Akal, Madrid, 2001.
8. ALFABETIZACIÓN ACADÉMICA Y PROFESIONAL EN EL SIGLO XXI: LEER Y ESCRIBIR DESDE LAS DISCIPLINAS; Giovanni Parodi, editor; Ed. Planeta, Madrid, 2010.
9. SABER LEER; Giovanni Parodi co-autoría con Peronard, M. & Ibáñez, R, Ed. Aguilar, Madrid, 2010.
10. MÉTODO TED PARA HABLAR EN PÚBLICO; Jeremy Donovan, Ed. Ariel, 2013.