

PROGRAMA

SEMINARIO DE CREACIÓN DE NEGOCIOS

Misión Facultad de Economía y Negocios

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECE528					
4. Ubicación en la malla	V año, II semestre					
5. Créditos	20					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68		Ayudantía	34	
10. Pre-requisito	Evaluación de Proyectos y Estrategia					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

El propósito del curso es crear una nueva empresa mediante el trabajo cooperativo de un grupo de alumnos supervisados por el profesor y su ayudante. Los alumnos desarrollarán un plan de negocio que pueda concretarse en la realidad, lo cual les permitirá reflexionar acerca de la posibilidad de desempeñarse como empresarios al egresar de la Universidad y, al mismo tiempo, aplicar en forma integral los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera.

El curso aborda todo el proceso de desarrollo de un plan de negocios, estructurado fundamentalmente: la selección de la idea de negocio y el desarrollo del plan de negocio propiamente tal y el diseño de la implementación del nuevo negocio.

Este curso es el cierre del proceso formativo de los alumnos, por lo que busca el logro de todas las competencias específicas, además de fortalecer las competencias sello de emprendimiento y liderazgo, ética y responsabilidad pública.

La asignatura se encuentra en el último semestre de formación, en el Ciclo de Habilitación Profesional, por lo que integra los conocimientos adquiridos por el estudiante durante todo su proceso de formación.

El aporte al perfil de egreso se traduce en que esta asignatura promueve el desarrollo de las Competencias Genéricas: “Emprendimiento y Liderazgo”, “Autonomía”, “Eficiencia”.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Emprendimiento y Liderazgo</i> <i>Autonomía</i> <i>Eficiencia</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalece en los estudiantes las habilidades de análisis y de toma de decisiones, junto con habilidades directivas fundamentales como son aquellas de liderazgo y de trabajo en equipo. - Potencia la capacidad emprendedora de los alumnos proyectando y evaluando la factibilidad de un proyecto de negocio de acuerdo a las condiciones del entorno.
Competencias Específicas	
<i>Trabajo en Equipo</i> <i>Integración y Aplicación de Conocimientos</i> <i>Proactividad</i> <i>Detección de Oportunidades de Negocios</i>	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje.

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Selección de la Idea de Negocio</p> <p>1. Elementos que definen una idea de Negocio.</p>	<p><i>Emprendimiento y Liderazgo</i></p> <p><i>Trabajo en Equipo</i></p> <p><i>Detección de oportunidades de Negocios</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Observa las necesidades determinantes de una oportunidad de negocios aplicables al contexto del país - Selecciona las mejores ideas
<p>Unidad II: Desarrollo del concepto de Negocio</p> <p>1. Necesidad que se pretende satisfacer.</p> <p>2. Satisfactor desde la perspectiva de producto base, ampliado, derivado y periférico.</p> <p>3. Flujos positivos del negocio.</p> <p>4. Variables relevantes del micro y macro entorno.</p> <p>5. Ventaja competitiva del negocio.</p>	<p><i>Eficiencia</i></p> <p><i>Integración y Aplicación de Conocimientos</i></p> <p><i>Detección de oportunidades de Negocios</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza el entorno del negocio. - Realiza un estudio de mercado.
<p>Unidad III: Plan de Marketing</p> <p>1. Objetivos comerciales del negocio.</p> <p>2. Componentes de la mezcla comercial del negocio.</p> <p>3. Variables relevantes que deben ser controladas.</p>	<p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Trabajo en Equipo</i></p> <p><i>Proactividad</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Analiza la información recopilada en el estudio de mercado. - Toma las decisiones relevantes para la determinación de los objetivos comerciales. - Diseña el plan comercial. - Desarrolla un sistema de control para verificar el avance del plan de marketing.

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad IV: Aspectos Técnicos de un Negocio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ubicación de planta, equipos, y tecnología a utilizar 2. Elementos claves de la logística de entrada, los procesos de transformación y los de la logística de salida del negocio y su relación con la ventaja competitiva 3. Estructura organizacional con la respectiva dotación de personal requerida para el funcionamiento del negocio 	<p><i>Emprendimiento y Liderazgo</i></p> <p><i>Eficiencia</i></p> <p><i>Trabajo en Equipo</i></p> <p><i>Integración y Aplicación de Conocimientos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Determina la ubicación de planta, los equipos y tecnología requerida. - Confecciona la estructura organizacional y dotación más adecuada para el negocio - Establece el sistema de remuneraciones de acuerdo a los perfiles definidos en la dotación y los objetivos que se requiere lograr.
<p>Unidad V: Plan de Finanzas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Horizonte de evaluación del negocio. 2. Requerimientos de inversión inicial del proyecto y sus flujos positivos y negativos. 3. Perspectiva financiera la viabilidad del negocio. 	<p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Trabajo en Equipo</i></p> <p><i>Integración y Aplicación de Conocimientos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Confecciona flujo de caja de acuerdo al horizonte determinado. - Calcula VPN, TIR y Payback descontado del proyecto y otros posibles ratios financieros asociados al proyecto. - Calcula tasa de descuento del proyecto con método CAPM. - Realizar análisis de punto de equilibrio.

E. Estrategias de Enseñanza

El desarrollo del plan de negocio se realizará fuera de las horas de clases, dedicándose éstas a apoyar el desarrollo del trabajo a través de sesiones expositivas y actividades de "consultoría". A lo largo del semestre los alumnos podrán solicitar asesoría al profesor y su ayudante, en las fechas indicadas y en horarios a convenir.

Por lo tanto, el curso se estructura en torno a las siguientes metodologías:

1. Metodología expositiva con apoyo de recursos tecnológicos por parte del profesor y por parte de cada equipo de acuerdo a las sesiones establecidas para cada unidad.
2. Metodología colaborativa: trabajos en equipo fuera de la clase.
3. Revisión de bibliografía por parte de cada equipo.

F. Estrategias de Evaluación

La evaluación del **proyecto de negocio** se realizará considerando los siguientes elementos que a continuación se indican:

- Informes Preliminares
- Informe Final del Proyecto de negocio.
- Participación individual

Consideraciones:

Para aprobar el curso se requerirá un mínimo de 75% de asistencia a las sesiones de clases y 100% a las presentaciones de los equipos.

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFÍA

WESTON; COPELAND (1994) *Finanzas en Administración*. Novena Edición. Mc Graw-Hill. México

STANTON, W. (2000) o (2004). *Fundamentos de Marketing*. 11/e o 13/e. Mc Graw – Hill.

CHIAVENATO, I. (2000) *Administración de Recursos Humanos*. Editorial Mc Graw – Hill. México, D. F. México.

Cada grupo podrá utilizar la bibliografía actualizada que estime conveniente, haciendo las respectivas citas, tanto en el informe correspondiente, como en el informe final. Se sugiere revisar la bibliografía utilizada en los cursos de licenciatura y habilitación profesional de la carrera.