



UNIVERSIDAD TECNICA  
FEDERICO SANTA MARIA

**REGLAMENTO INTERNO DEL PROGRAMA**  
**MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**2014**

## **REGLAMENTO INTERNO DEL PROGRAMA MAGÍSTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Aprobado por CCDIP de fecha mayo 15 de 2014.**

Dada la naturaleza del trabajo académico y en pos de un mejoramiento continuo, el presente reglamento será revisado y sancionado por el CCDIP anualmente. Si se registraren cambios esenciales, éstos aplicarán solamente a nuevas cohortes de estudiantes.

### **INTRODUCCIÓN.**

- Art. 1 El programa Magíster en Gestión Empresarial fue creado en el año 2000, como consta en el Acta del Consejo Superior N°99, Acuerdo N°384.
- Art. 2 El programa Magíster en Gestión Empresarial se desarrollará de acuerdo a las políticas de Postgrado de la UTFSM, y se regirá por el Reglamento General N°47 de la Universidad y por el presente reglamento.

### **TITULO I**

#### ***DISPOSICIONES GENERALES***

- Art. 3 El programa Magíster en Gestión Empresarial (en adelante Programa) es un programa de carácter profesional.

El objetivo que persigue el Programa es formar un graduado con capacidades intelectuales, habilidades y destrezas necesarias para gestionar empresas en el competitivo mercado global, adaptándose a cualquier tipo de organización y pudiendo desempeñarse en los más altos niveles de gestión empresarial.

Además, el Programa busca desarrollar en los profesionales su capacidad de liderazgo y comprensión del proceso de creación y desarrollo de la empresa, que sumado a su formación original, les permitirá asumir un rol de emprendedor, tanto en forma privada como desarrollando nuevos negocios dentro de empresas existentes.

Art. 4 Existen cuatro áreas de desarrollo del Programa:

- Entorno Económico
- Gestión de Marketing
- Gestión Financiera
- Estrategia Empresarial

Art. 5 La duración del Programa es de cuatro semestres (dos años) en una modalidad de clases presencial, part time, con clases un fin de semana al mes. La duración máxima de estudio será de seis semestres (tres años).

El estudiante deberá tener una permanencia activa mínima en el Programa equivalente a 60 SCT en la Institución (1 año) en régimen de jornada completa (o equivalente en jornada parcial).

El Programa se desarrolla en un periodo no menor a 1,5 años.

## **TITULO II**

### ***DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROGRAMA***

- Art. 6 El Programa está bajo la tuición de la unidad académica Departamento de Industrias de la UTFSM (en adelante Departamento de Industrias o Departamento).
- Art. 7 El **Director** del Programa es el encargado y representante del Programa. Sus funciones son la coordinación general del Programa, atendiendo los aspectos de la visión de corto y mediano plazo de éste. Debe procurar mantener al Programa bien posicionado dentro de sus pares y cumplir con los estándares impuestos por la Universidad y por el Departamento de Industrias para todos sus programas de postgrado y en particular los que hayan sido señalados para el Programa. También es el responsable de la situación financiera del Programa. (En el Anexo N°1 se detallan otros aspectos asociados a la administración).
- Art. 8 El Comité de Programa está conformado por el Director del Programa y tres académicos del Departamento de Industrias, todos designados por el Consejo de Departamento a proposición del Director del Departamento de entre los miembros del Cuerpo de Directores de Tesina del Programa (Acuerdo del CCDIP). El Director del Programa debe pertenecer a las 3 más altas jerarquías de la Carrera Académica de la Universidad. Nómina del Comité de Programa en Anexo N°2.
- Art. 9 Le corresponde al Comité de Programa, además de las funciones establecidas en el Art. 16 del Reglamento General N°47:
- Actualizar periódicamente el cuerpo de profesores y directores de tesina, de acuerdo a los criterios establecidos en los Arts. 12 a 14 del presente reglamento, sin perjuicio de las atribuciones del Consejo de Departamento de Industrias.
  - Aplicar los mecanismos de evaluación del Programa establecidos.
  - Participar en las actualizaciones de los planes de desarrollo del Departamento de Industrias.
  - Exponer ante el cuerpo académico del Programa situaciones de conflicto académico o disciplinario que se presentaren, para una adecuada resolución.

- Art. 10 El Comité de Programa debe sesionar como mínimo una vez cada semestre. El Director del Programa puede citar a una reunión extraordinaria de este Comité. El Director del Programa, en su ausencia, nombrará a un reemplazante o designará a un Director Subrogante, de entre los miembros del Comité de Programa.
- Art. 11 Cada sesión deberá tener su acta, la cual debe ser aprobada como primer punto de tabla a la sesión siguiente del Comité de Programa. Las decisiones se adoptarán por mayoría absoluta de este Comité.

**TITULO III**  
***DE LOS PROFESORES DEL PROGRAMA.***

- Art. 12 El Cuerpo de Profesores del Programa (CPP) está integrado por académicos de jornada completa del Departamento, investigadores afiliados al Departamento, académicos de otros departamentos de la Universidad y académicos de otras instituciones. Todos ellos deben poseer grado de Doctor o Magíster. Dentro del CPP se distingue el Núcleo, los Profesores Colaboradores y los Profesores Visitantes.
- Art. 13 Excepcionalmente, el Comité de Programa podrá aceptar en el CPP, a profesionales sin Postgrado pero que posean especialización reconocida en áreas de desarrollo del Programa. La nómina de profesores del Programa se encuentra en el Anexo N°3.
- Art. 14 La definición de las exigencias mínimas para que un profesor del CPP pueda ser miembro del Cuerpo de Directores de Tesina del Programa (CDTP) o Núcleo, se basará en medidas de productividad académica, donde el profesor deberá acumular al menos 5 puntos en los últimos 5 años, según los siguientes criterios:
- a) Publicaciones en journals y/o revistas internacionales (3 puntos)
  - b) Patentes y/o licencias nacionales o internacionales (3 puntos)
  - c) Dirección de proyectos relevantes a nivel nacional e internacional (3 puntos)
  - d) Publicación en congresos relevantes de la especialidad (1 punto)
  - e) Publicación de libros o capítulos en la especialidad (2 puntos)
  - f) Experticia en materias propias del Programa, acreditadas a través de participación en proyectos tales como FONDECYT, FONDEF, Corfo Innova, o equivalente (2 puntos).

Sin perjuicio de lo anterior, los miembros del CDTP o Núcleo deberán preferentemente pertenecer a las tres más altas jerarquías académicas de la Universidad.

En Anexo N°3 se lista la nómina de profesores Directores de Tesina.

- Art. 15 La Tesina también podrá ser guiada por profesionales externos, cuyos méritos sean comparables a los miembros del CDTP, esto lo evalúa el Comité de Programa el cual designa a un profesor miembro del CDTP como co-director de la Tesina.

#### **TITULO IV**

##### ***DE LA ADMISIÓN.***

- Art. 16 El requisito básico de postulación al Programa es poseer el grado de Licenciado en disciplinas afines al Programa o un título profesional cuyo nivel, contenido y duración de estudios sean equivalentes a los necesarios para obtener el grado de Licenciado correspondiente (Acuerdo de Comisión). Adicionalmente, se exige como mínimo tres años de experiencia profesional.
- Art. 17 El proceso de admisión comienza con la recepción de los antecedentes que el postulante envía a Admisión del Programa, de acuerdo a los procedimientos de la Dirección de Postgrado y requerimientos adicionales del Programa (Anexo N°4).
- Art. 18 El postulante además, deberá rendir una prueba de admisión y un test diagnóstico de inglés. El test de inglés tiene por objetivo que el postulante conozca su nivel de comprensión y expresión en inglés, ya que el Programa se reserva la facultad de dictar clases y/o entrega de material académico en inglés.
- Art. 19 El Comité de Programa verificará el cumplimiento de los requisitos de admisión y en caso de conformidad, procederá a su análisis académico y proceso selectivo. La postulación será analizada académicamente, sólo cuando ésta, cuente con todos los antecedentes requeridos y detallados en la solicitud de postulación.
- Art. 20 El Director del Programa enviará carpeta con antecedentes de todos los postulantes y el Acta de selección del Comité de Programa a la Dirección General de Investigación y Postgrado (DGIP), para la decisión final de admisión por parte de la Universidad (criterio uniforme).

El Comité de Programa debe cuidar que exista un adecuado equilibrio entre el número de estudiantes aceptados y el total de recursos disponibles.

- Art. 21 Una posible convalidación del Primer Semestre se realiza posterior al análisis de la malla de estudios previos y el desempeño académico del postulante, por parte del Comité de Programa.

## **TITULO V**

### ***DEL PLAN DE ESTUDIOS Y DESARROLLO DEL PROGRAMA.***

- Art. 22 El Plan de Estudios del Programa contempla 79 créditos SCT, y se compone de un Programa de Estudios de 12 asignaturas (63 créditos SCT) y de la Actividad de Graduación (16 créditos SCT). En el Anexo N°6 se encuentra el Plan de Estudios.
- Art. 23 La nota mínima de aprobación de cada asignatura del Plan de Estudios es 70, en escala de 0-100 y como requisito se debe cumplir con al menos un 75% de asistencia.
- Art. 24 Solamente se podrá reprobar una asignatura del Plan de Estudios y por única vez.

## **TITULO VI**

### ***DE LA ACTIVIDAD DE GRADUACIÓN Y DEL EXAMEN DE GRADUACIÓN***

- Art. 25 La Actividad de Graduación (16 créditos SCT) está compuesta por la elaboración de una Tesina (12 créditos SCT) y un Examen Final de Tesina asociado (4 créditos SCT).
- Art. 26 La Tesina consistirá en un trabajo personal en la línea de especialidad del estudiante, que agregue valor en la gestión empresarial, donde éste, integra creativamente conocimientos adquiridos en el Programa y debe demostrar habilidades técnicas e intelectuales en la resolución de un problema que tiene una vinculación real al área de gestión empresarial. Una vez concluida, es evaluada en un Examen de Graduación.
- Art. 27 La inscripción del tema a desarrollar en la Tesina se realizará al finalizar el tercer semestre del Plan de Estudios del Programa. El tema será propuesto por el estudiante al Comité de Programa, a través del envío en formato digital de un documento con un máximo de tres propuestas a desarrollar. Cada una de estas propuestas deberá contener el tema, el área y una descripción de lo que se pretende realizar, los objetivos y resultados esperados (aportes).

El Comité de Programa analizará las diferentes propuestas y definirá el tema de



Tesina de cada estudiante a desarrollar, asignándole un Director de Tesina. Éste deberá guiar y corregir los avances de la Tesina a través del semestre de su estudiante, velando por su correcto progreso.

- Art. 28 La Tesina será desarrollada por el estudiante en el periodo regular de un semestre de estudio, en el cual mensualmente tendrá control de avance por parte de su Director de Tesina. En cada control de avance, el estudiante deberá presentar el desarrollo de su Tesina de manera oral y escrita (se puede utilizar Internet® en situaciones especiales, con fundamentos), obteniendo una retroalimentación y las correcciones al informe por parte del Director de Tesina.
- Art. 29 Posterior al término del semestre regular de estudio, el estudiante deberá presentarse al Examen Final de Tesina. El Director de Tesina deberá aprobar, reprobado o dar un tiempo extra de desarrollo. El aprobar a un estudiante en este Examen, significa que ha alcanzado al menos un 80% del desarrollo de su Tesina. El reprobado implica para el estudiante tener que hacer de nuevo su Tesina. Si el Director de Tesina da un tiempo extra, éste no podrá exceder a 3 meses.
- Art. 30 El Director de Tesina es el responsable de informar al Comité de Programa que un estudiante ha alcanzado el nivel exigido y tiene su trabajo escrito de Tesina terminado. En ese momento el Comité de Programa deberá verificar que el estudiante cumpla con la condicionalidad determinada al ingresar y tenga aprobadas todas las asignaturas del Plan de Estudios.
- Art. 31 Una vez verificada la situación académica del estudiante, el Comité de Programa conformará una Comisión de Tesina, compuesta por el Director de Tesina, un profesor perteneciente al CDTP, y un Profesor Externo independiente al Programa y experto en el área cuyos méritos sean comparables a los profesores del CDTP; y también se definirá quién actuará como Presidente de la Comisión de Tesina. El Profesor Externo será propuesto al Comité de Coordinación y Desarrollo de Investigación y Postgrado para su nominación.
- Art. 32 Son funciones de la Comisión de Tesina:
- Aprobar, rechazar o pronunciarse sobre eventuales modificaciones al trabajo escrito de Tesina.
  - Tomar el Examen de Graduación una vez aprobado el trabajo escrito de Tesina.
  - Comunicar sus decisiones al Comité de Programa, dejando constancia en el libro de protocolo de exámenes de grado del Programa, de la Dirección de Postgrado.

- Art. 33 El Examen de Graduación es un acto público, consistente en una presentación y defensa oral de la Tesina por parte del estudiante, y será convocado por el Director del Programa con al menos 7 días de antelación, informando el nombre del candidato al Grado, el título de la Tesina, la Comisión de Tesina y la hora y lugar donde se realizará el Examen de Graduación.
- Art. 34 La calificación mínima de aprobación del Examen de Graduación será 85 (escala 0-100). Si la calificación es menor, la Comisión de Tesina dentro de los 5 días hábiles siguientes al Examen de Graduación, determinará conceder o no una última oportunidad para que el candidato al Grado rinda este Examen nuevamente en un plazo máximo de tres meses.
- Art. 35 Una vez que el estudiante ha aprobado su Examen de Graduación, el Director del Programa informará a la DGIP de acuerdo a los procedimientos establecidos.

## **TITULO VII**

### ***DEL GRADO ACADÉMICO***

- Art. 36 Una vez cumplidas por parte del estudiante todas las exigencias académicas y administrativas del Programa, la Universidad otorga el grado académico de: Magíster en Gestión Empresarial.

## **TITULO VIII**

### ***DE LA RESPONSABILIDAD DEL PRESENTE REGLAMENTO***

- Art. 37 La responsabilidad de la aplicación de las disposiciones contenidas en el presente reglamento al interior del Programa, será del Director del Programa.

## **ANEXOS.**

### **Anexo N°1. Otros Aspectos de la Administración del Programa.**

La organización para el adecuado funcionamiento del Programa contempla básicamente los siguientes cargos y áreas: Director del Programa, Comité de Programa, Coordinación Académica, Coordinación de Asignaturas y Admisión.

La Coordinación Académica, se ocupa del funcionamiento adecuado del Programa en lo relacionado a la administración general de éste. Dentro de sus funciones destacan la revisión del material académico a entregar a estudiantes, de la logística de coordinación de profesores y proveedores, de la logística de operación durante las clases (fines de semana).

La Coordinación de Asignaturas está compuesta por diferentes profesores de planta quienes son los responsables académicos. Estos coordinadores tienen que supervisar el contenido y la conformación de los programas académicos a ser impartidos en cada asignatura del Programa, además de proponer nuevos profesores.

La Admisión está compuesta por la Coordinadora de Admisión y las personas del “Call Center”. Dentro de sus funciones están, la revisión de los diseños para “marketing y merchandising” del Programa, siendo responsable de realizar las actividades de difusión y contacto necesarias que permitan llegar efectivamente al target definido por el Programa y cumplir con las expectativas de ingresos anuales al Programa, para cada una de sus versiones (2 ingresos por año).

**ANEXO N°2. Nómina del Comité de Programa**

El Comité de Programa está conformado por el Director del Programa, Dr. Oscar Saavedra Rodríguez, y por tres profesores jornada completa del Departamento de Industrias:

Dr. Oscar Saavedra Rodríguez (Director del Programa)

Dr. Cristóbal Fernández,

Dr. Darcy Fuenzalida y

Dr. Walter Fraser.

**ANEXO N°3. Profesores del Programa.**

N°	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
1	Luis Acosta	Doctor en Ciencias de la Ingeniería de Producción, 2001, Universidad Federal de Río de Janeiro, Brasil	UTFSM	Investigación de Operaciones, desarrollo y aplicaciones de modelos de localización, Distribución en la Producción, Optimización en Logística, Programación Lineal y Programación Lineal Multi Objetivo.		X	
2	Max Agüero	Doctor en Economía, 1982, Universidad de Rhode Island, EEUU.	UTFSM	Recursos Naturales y Ambientales	X	X	
3	Leopoldo Alandete	Doctor en Alta Dirección de Empresas, Cámara de Comercio e Industria de París Centro de Perfeccionamiento de Alta Dirección.	L.A & Asociados	Gestión Estratégica de los recursos Humanos , Negociación y Habilidades directivas	X		
4	Víctor Albornoz	Doctor en Ciencias de la Ingeniería, 1998, Pontificia Universidad Católica , Chile	UTFSM	Investigación de Operaciones , planificación y Optimización numérica y programación Estocástica		X	

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
5	Raúl Alee	PhD. en Gestión Avanzada de Negocios Internacionales , 2008, Universidad de Lérida, España.	Alee Consulting	Marketing de Servicios, satisfacción de Clientes, Estrategia de Negocios.	X	X	
6	Augusto Aninat	Curso de doctorado en Economía Internacional, 1966, Universidad de Paris. Curso de doctorado de Relaciones Internacionales , 1968, Universidad de Ginebra.	Consultor	Comercio Internacional, Relaciones Internacionales		X	
7	Teresita Arenas	Doctor Estudios Empresariales, mención Marco Estratégico de la Empresa, 2013, Universidad de Barcelona España.	UTFSM	Contabilidad, Finanzas y Evaluaciones de proyectos.	X	X	
8	Ignacio Beláustegui	Magister en gestión de Empresas , 1999, Pontificia Universidad Católica de Chile	IST	Control de Gestión	X		

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
9	Andrea Butelmann	Ph.D en Economía, 1989, Universidad de Chicago	UDP	Políticas Públicas, Regulación y Competencia	X		
10	Arturo Campos	Master in Business and Administration , 1999 , Joseph M. Katz School of Business ,University of Pittsburgh	Ripley S.A.	Investigación de Operaciones	X		
11	Jorge Cea	Magister en Gestión Empresarial	UTFSM	Management, Marketing.	X		
12	Augusto Coello	Master en Administración de Empresas, 1972, INCAE Business School, Costa Rica.	Universidad de Chile	Gestión	X		
13	Rodrigo Demarco Bull	Docteur d'Aix-Marseille Université, Spécialité Energétique	Marseille Université.	Energía		X	
14	Pablo Escalona	Doctor © en Gestión de Operaciones de la Universidad de Chile	UTFSM	Automatización	X		
15	Juan Carlos Espinoza	Magíster En Asentamientos Humanos y Medio Ambiente, 2009, Pontificia Universidad Católica de Chile	USACH	Asentamientos Humanos y Medio Ambiente	X		

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
16	Cristóbal Fernández	Doctor en Ingeniería Industrial, 2004, Universidad de Lleida España.	UTFSM	Marketing e Investigación de Mercado	X	X	X
17	Luis Fernández	Master Trainer por el Leadership Studies Center, 1984, California, USA. MBA por CEOE, 1983, Madrid, España	Consultor	Liderazgo y Gestión del Conocimiento, Coaching, Estrategia de Negocios y Planificación Estratégica	X	X	
18	Pedro Fernández	Ph.D. en la Universidad de Oxford, Inglaterra	UTFSM	Métodos Cuantitativos		X	
19	Stephen Ferris	Ph.D. Major: Finance Minor: Microeconomics and Quantitative Methods, University of Pittsburgh	University of Missouri	Finanzas	X		
20	Walter Fraser	Doctor en Economía, 1983, Indiana University, USA	UTFSM	Economía Regional y Organización Industrial	X	X	X
21	Andrés Fuentes	PhD en Mecánica de Fluidos 2006, Université de Poitiers y la École Nationale Supérieure de Mécanique et	UTFSM Université de Poitiers y la École Nationale Supérieure de Mécanique et Aérotechnique	Energía y transferencia de calor y combustión	X	X	



Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		Aérotechnique					
22	Darcy Fuenzalida	Doctor en Ciencias Empresariales, 2004, Universidad de Lleida España.	UTFSM	Emprendimiento y Gestión de proyectos	X	X	X
23	María Pilar Gárate	Doctor en Ingeniería Química, 2004, Universidad Técnica De Delfi.	UTFSM	Gestión Energética	X	X	
24	José Ignacio Garcés	MBA Escuela de Negocios Española IEDE, España.	UTFSM	Marketing	X	X	
25	Rodrigo García	Abogado , 1989, Pontificia Universidad Católica de Chile	Izquierdo Palacios & Cia.	Compra de compañías y reestructuración de compañías	X		
26	Cristian Geldes	Ph.D. Management, 2012, UAI	Universidad de la Serena	Estrategia e Innovación y Marketing en Agro negocios	X		
27	Juan Graffigna	Magister en Dirección General de Empresas, 1986, IEDE, España.	UTFSM	Contabilidad, Costos , Finanzas, Tributación , Mercado de Capitales	X		
28	Carlos Patricio Guzmán	Doctor ©, Gestion Comercial Negocios internacionales , 2007, Universidad de Lleida, España	USM S.A.	Industria Minera	X		

N°	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
29	Pablo Isla	Doctor en Gestión, 2006, Ecole Polytechnique, París, Francia.	UTFSM	Gestión de Recursos Humanos , Gestión e Innovación y Psicología Organizacional y cognitiva	X	X	
30	Edward Johns	Master of Science Integrated Management System	UTFSM	Investigación de Operaciones y Gestión de Calidad	X	X	X
31	Benjamin T. King	MBA, 2007, Wake Forest University	Wake Forest University	Negociaciones	X		
32	Werner Kristjanpoller	Doctor en Ciencias Empresariales, 2008, Universidad Autónoma de Madrid, España.	UTFSM	Finanzas, Costos Industriales Mercado de Capitales y Evaluación de proyectos	X	X	X
33	Hugo Kruger	Magister en Desarrollo y Comportamiento Organizacional , 2000, Universidad Diego Portales . Master en Salud Mental, Ciencias Sociales y Humanas, 2004, Universidad de León, España.	Human Resources Group (HR GROUPS)	Desarrollo Organizacional y Recursos Humanos.	X		

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
34	Oscar Landerretche	Doctor (D.Phil.) en Economía Política, 1984, Universidad de Oxford, Inglaterra.	Universidad de Talca	Economía	X	X	
35	Dario Liberona de la Fuente	Doctor en Dirección General de Empresas.	Universidad de Lleid	Estrategias		X	
36	Jonh Lipinski	PhD in Corporate Strategy, 2007, University of Pittsburgh, USA	Robert Morris University	Emprendimiento , Innovación y Alianzas Estratégicas	X		
37	Jorge Machicado	Magister en Gestión Empresarial, 2001, UTFSM	UTFSM	Estrategias	X		
38	Manuel Madrid	Ph.D. en Economía Política y Políticas Públicas, 1997, University of Southern California, EE.UU.	ENACON.S.A.	Desarrollo Económico, Economía Internacional , Estrategia de Negocios y Organización Industrial	X		
39	Anil Makhija	PhD. University of Wisconsin-Madison .	The Ohio State University	Finanzas Corporativas, Mercado de Capitales	X		
40	Jaime Marchant	Doctor en Philosophy ( Ph.D) Major in Business Administration con especialidad en finanzas, 2006,	Consultor	Finanzas, Matemáticas y Administración Financieras	X	X	

N°	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		Pacific Western University (USA).					
41	Atilio Menichetti	Doctor en Gestión de Empresas, Universidad de París IX Dauphine	Asesor	Finanzas		X	
42	Marcel Minutolo	PhD Strategy Major, Artificial Intelligence Minor (ABD), 2010, University of Pittsburgh, USA	Pittsburgh	Management	X		
43	Roberto Muñoz	Ph.D. in Economics (Fields: Industrial Organization and Finance), 2003, University of Maryland, College Park	UTFSM	Teoría de Redes, Políticas de Asignación de Espectro y Diseño de Mecanismo	X	X	
44	Alberto Naranjo	Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.	Dirección de Sanidad Naval	Operaciones y Gestión		X	
45	Enrique Norero	Master in Business and Administration , 1993, Joseph M. Katz School of	Universidad Santo Tomas	Investigación de Operaciones	X		

N°	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		Business ,University of Pittsburgh MOIS (Master of Information Systems) 1994, de la Joseph M. Katz School of Business ,University of Pittsburgh, USA					
46	Rodrigo Ortega	Doctor of Philosphy (PhD). 1997, Colorado State University. Fort Collins, CO. USA.	UTFSM	Fertilidad de suelos y nutrición de plantas, agricultura de precisión, impacto ambiental de la agricultura y biocombustibles.	X	X	
47	Hugo Osorio	PhD © Management, 2013, Universidad Adolfo Ibáñez	UTFSM	Evaluación y Control de Proyectos	X	X	
48	Juan Antonio Poblete	Ph. D. © in Economics, 1970, Massachusetts Institute of Technology: M. I. T. Cambridge, Mass., USA.		Gestión de Empresas, Dirección Estratégica de Empresas		X	
49	Jaime Rubin de Celis	- Magister en Administración de Empresas,	UTFSM	Estrategias	X		

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		2002, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores, Monterrey, México. - Dr© en Planificación Estratégica, Universidad de Pittsburg, USA					
50	Gustavo Rubinsztejn	Doctor © en Administración de Empresas, 2002, Universidad Politécnica de Madrid, España.	Universidad ORT Uruguay	Diagnóstico y rediseño de sus canales de comercialización	X		
51	Patricio Rubio Romero	Doctor en Geografía	Universidad de Barcelona	Ingeniería y Tecnología del Medio Ambiente/Geografía Física	X		
52	Oscar Saavedra	Doctor Ingeniero Industrial, 1995, Universidad Politécnica de Valencia, España.	UTFSM	Gestión Estratégica Universitaria, Metodologías Orientadas a Objetos, Bases de Datos	X	X	X
53	Cristian Salinas	Magister en Economía Internacional, 1976, Pontificia Universidad Católica de Chile Magister en Economía Aplicada, 1984, American	UDP	Economía Internacional	X		

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		University, Washington, USA.					
54	Javier Scavia	PhD. en Economía, 2008, Universidad de Chile.	UTFSM	Macroeconomía (Crecimiento Endógeno) y Organización Industrial Políticas de Investigación y Desarrollo)	X	X	
55	Raúl Stegmaier	Magister en Ciencias de la Ingeniería, mención Industrial, Universidad de Chile	UTFSM	Innovación en manufactura y automatización	X	X	X
56	Juan Tapia	Doctorado en Economía, Universidad de California, Davis , EEUU.	UTFSM	Economía	X		
57	Andres Tomaselli	Magíster en Políticas Públicas, Facultad de Economía, 2009, Universidad de Chile.		Desarrollo de políticas institucionales y Gestión de procesos	X		
58	Lionel Valenzuela	Doctorado en Ciencias de la Ingeniería ©, 2012, UCH.	UTFSM	Estrategias y Competitividad	X	X	X
59	Reinaldo Vallejos	Doctor en Ciencias de la Computación, 1992, Universidad	UTFSM	Especialidad en Comunicación y Computación.	X	X	

Nº	Profesor	Grado Académico, año e Institución que lo otorgó	Institución a la que pertenece	Línea(s) de Investigación o desarrollo profesional.	Clases MBA	Guía de Tesina	Coordinador Asignatura
		Católica de Rio de Janeiro. Brasil.					
60	Patricio Villalobos	Doctor en Biotecnología, 2007, UTFSM Universidad Católica de Valparaíso	UTFSM	Innovación , Biotecnología	X		
61	John Zerio	PhD en Marketing Internacional , 1986, Universidad de Syracuse, USA	Thunderbird	Global marketing, Global sales, Consumer and industrial products in foreign markets, E-commerce	X		
62	Javier Zuleta	Master en Responsabilidad Social Corporativa, 2008, Universidad de Barcelona, España.	TECHO ORG	Responsabilidad Social	X		



**Anexo N°4. Documentos Requeridos para la postulación al Programa.**

- Solicitud y ficha de postulación.
- Firma de declaración de conocimiento del Reglamento de Postgrado de la Universidad Técnica Federico Santa María y del Reglamento Interno del Programa.
- Currículum vitae.
- Certificado legalizado de Licenciatura.
- Certificado legalizado de Título.
- Certificado legalizado de Concentración de Notas.
- Dos cartas de recomendación.
- Dos fotos a color con nombre.
- Comprobante de Pago de Cuota de postulación.
- Documentación a fecha de la matrícula y el arancel, de acuerdo a la modalidad preestablecida, con cheque, vale vista u orden de compra.
- Fotocopia simple de la cédula de identidad.

#### **Anexo N°5. Retiro o Rechazo de Postulación.**

Si la solicitud de postulación es retirada, antes de haber comenzado las clases, obliga al estudiante a cancelar la cuota de postulación, haciéndose devolución de matrícula y arancel respectivo en su totalidad.

Si la solicitud de postulación es retirada, después de iniciada las clases, obliga al estudiante a cancelar la cuota de postulación, matrícula y el arancel proporcional al período cursado más el 50% del arancel no cursado. En consecuencia, corresponderá una devolución del 50% del arancel no cursado.

Si la solicitud de postulación es rechazada, el postulante podrá solicitar la devolución total de la postulación, matrícula y arancel respectivo.

Los estudiantes que hayan optado por pagar a través de las opciones de financiamiento que ofrece el Programa en cuotas, no se les descontará intereses si deciden pre pagar su deuda. Sólo pueden acortar el plazo del crédito, pero por los mismos totales entregados al momento de postular.

## **Anexo N°6. Plan de Estudios del Programa**

### **Primer Semestre**

#### **1.- Economía para la Gestión de Empresas SIGLA MGE-451 (4 créditos)**

*Economía de Mercado*

*Organización Industrial*

#### **2.- Métodos Cuantitativos SIGLA MGE-413 (5 créditos)**

*Investigación de Operaciones*

*Matemáticas y Estadísticas*

*Herramientas Computacionales*

#### **3.- Logística Empresarial SIGLA MGE-461 (4 créditos)**

*Tácticas y Operaciones*

*Logística y Gestión de Calidad Total*

#### **4.- Ingeniería Económica SIGLA MGE- 330 (2 créditos)**

### **Segundo Semestre**

#### **5.- Administración y Liderazgo en las Organizaciones SIGLA MGE-423 (6 créditos)**

*Gestión del Comportamiento Humano*

*Entorno Jurídico de la Empresa*

*Gestión de la Comunicación Organizacional*

*Gestión del Conocimiento*

*Liderazgo Empresarial*

#### **6.- Finanzas para la Toma de Decisiones SIGLA MGE-411 (6 créditos)**

*Análisis y Evaluación Financiera Corporativa*

*Mercado de Capitales*

*Inversión y Análisis de Riesgo*

#### **7.- Marketing Gerencial SIGLA MGE-471 (6 créditos)**

*Marketing Estratégico*

*Marketing Táctico*

*Marketing Internacional*

### **Tercer Semestre**

#### **8.- Análisis de Proyectos Empresariales y de Inversiones SIGLA MGE-481(6 créditos)**

*Gestión de Proyectos*

*Toma de Decisiones Jerarquizadas*

*Electivo I*

**9.- Economía Globalizada SIGLA MGE-453 (6 créditos)**

*Fundamentos del Análisis Macroeconómico*  
*Finanzas Internacionales*

**10.-Espíritu y Ética Empresarial SIGLA MGE-473 (6 créditos)**

*Habilidades y Estrategias de Negociación*  
*Emprendimiento*  
*Gobierno Corporativo y RSE*  
*Electivo II*

**Cuarto Semestre**

**11.-Gestión Empresarial y Estrategias Corporativas SIGLA MGE-475 (6 créditos)**

*Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa*  
*Estrategias Corporativas*  
*Business Simulation*  
*Control de Gestión*

**12.-Seminario de Gestión Empresarial SIGLA MGE-490 (6 créditos)**

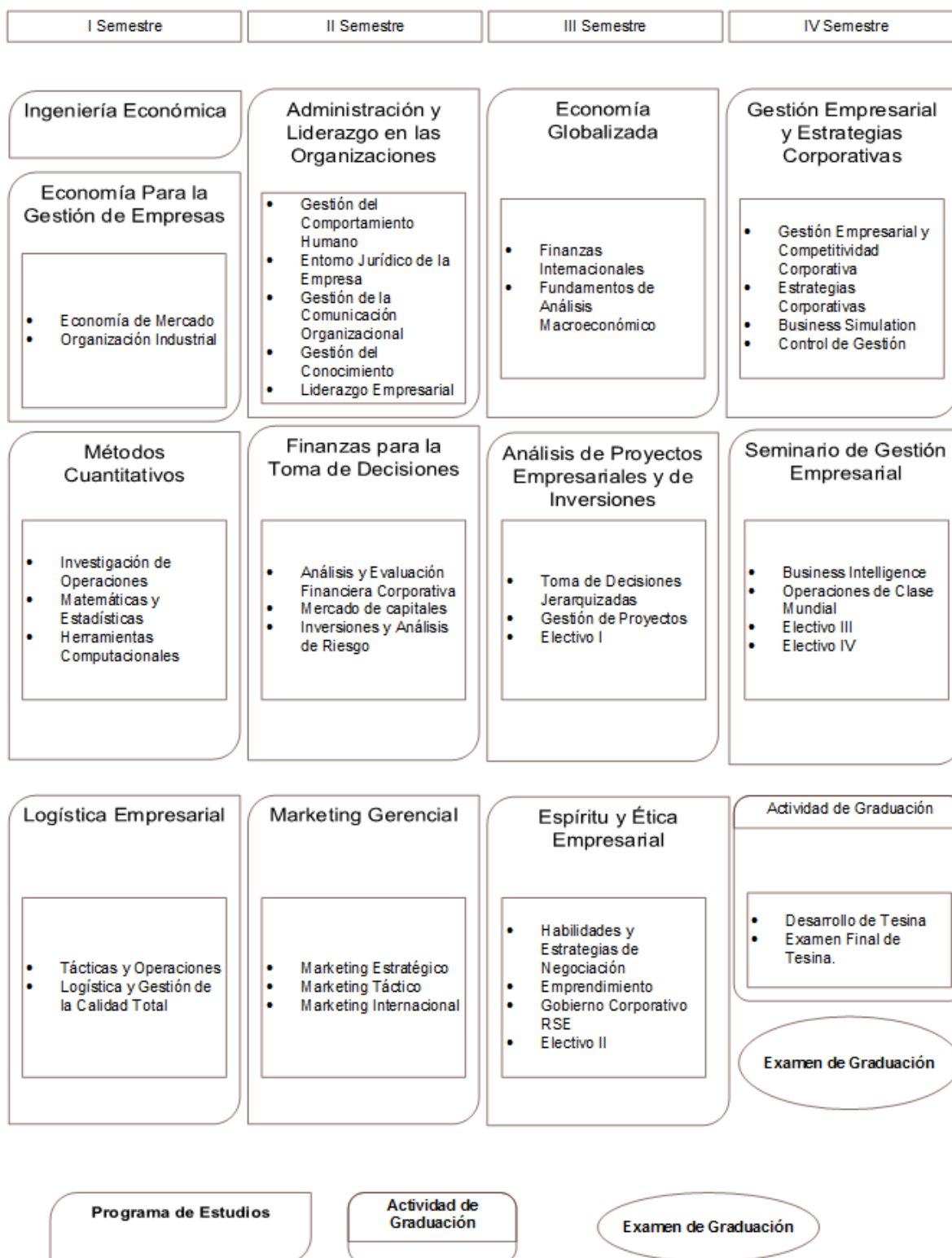
*Business Intelligence*  
*Operaciones de Clase Mundial*  
*Electivo III*  
*Electivo IV*

**-Actividad de Graduación (16 créditos)**

*Desarrollo de Tesina*  
*Examen Final de Tesina*

Nota: créditos en unidad SCT.

## MAPA CURRICULAR DEL PROGRAMA



### **Anexo N°7. Otros Aspectos de la Operación del Programa.**

La Nota Final de cada Asignatura corresponde al promedio ponderado de las notas de cada módulo según las horas de clases de cada uno.

Es responsabilidad de cada estudiante firmar el correspondiente registro de asistencia antes de entrar a cada bloque de clases.

Los estudiantes que requieran congelar deberán presentar una solicitud por escrito. Para hacer efectivo el congelamiento se deberá pagar el arancel proporcional de lo cursado del último semestre.

Será responsabilidad del estudiante informarse de las actividades comunicadas en clases por el Profesor o por la Coordinación, y de la información entregada al mail institucional o Intranet.

La realización de una asignatura por segunda vez, debe ser cursada en el período inmediatamente siguiente en el cual se dicte. Esta asignatura deberá ser pagada.

Para poder fijar la fecha del Examen de Graduación, el estudiante deberá haber aprobado la totalidad de las asignaturas del Programa, tener autorizado el control de Biblioteca y Finanzas y deberá traer 3 ejemplares anillados de la Tesina, y 4 discos con la Tesina en formato digital.

**Anexo N°8. Grado Académico Universidad Politécnica de Cataluña.**

En virtud del convenio suscrito el 28 de julio de 2005, entre la Universidad Técnica Federico Santa María (UTFSM) y la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC), grupos de estudiantes del Programa pueden realizar una estadía de formación en Barcelona, complementaria a la formación que están recibiendo o han recibido en Chile, con el objetivo de convalidar su título de Magíster en Gestión Empresarial de la UTFSM con el título de MBA de la Universidad Politécnica de Cataluña.

El referido convenio, titulado “CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA Y LA FUNDACIÓN POLITÈCNICA DE CATALUÑA PARA LA REALIZACIÓN DE UNA ESTADÍA DE FORMACIÓN EN BARCELONA DE LOS ALUMNOS DEL MBA DE LA UNIVERSIDAD FEDERICO SANTA MARIA” y suscrito por el Rector UTFSM y el Director General de la Fundación Politécnica de Cataluña el 28 de julio de 2005, forma parte del presente Reglamento Interno en cumplimiento de la normativa institucional.

**Anexo N°9. Programas de Asignaturas Obligatorias y Electivos**

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Ingeniería Económica		SIGLA: MGE-330
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:2
Horas Semanales Cátedra:20	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Objetivo General:**

Al aprobar la asignatura el alumno deberá ser capaz de calcular el costo del dinero en el tiempo. Aprenderá a determinar la rentabilidad de las alternativas de inversión del mercado. El alumno podrá valorar la conveniencia económica de una inversión. El alumno conocerá y calculará indicadores de rentabilidad económica.

**CONTENIDOS:**

- 1) Introducción
- 2) Proyectos de Inversión y Ciclo del Proyecto
- 3) Matemáticas Financieras
- 4) Criterios de inversión
- 5) Proyecto a Nivel de Idea. Generador de Proyectos "Napkin"
- 6) Proyecto a Nivel de Perfil. "Generador de Proyectos "Wheel"
- 7) Proyecto a Nivel de Prefactibilidad. Generador de Proyecto "Estudio de Prefactibilidad"
  - a) Diagnóstico del Proyecto
  - b) Metodología de Evaluación del proyecto
  - c) Análisis del Proyecto
    - i) Estudio de Mercado
    - ii) Estudio Técnico
    - iii) Estudios Administrativo, Legal, Financiero, Tributario, Societario
    - iv) Otros Estudios
  - d) Evaluación del Proyecto
    - i) Construcción y análisis del Flujo de Caja del Proyecto
    - ii) Inversión, Depreciación, Impuestos, Créditos
    - iii) Proyecto Puro
    - iv) Financiamiento del Proyecto
    - v) Impacto y Tratamiento del Impuesto IVA



### **METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

El curso contempla clases lectivas junto con una activa participación de los alumnos en clases. Estas actividades se desarrollan básicamente a través de trabajo de grupo, desarrollo de casos, actividades interactivas, con una permanente participación de los alumnos, permitiendo ilustrar en forma práctica los contenidos.

A lo largo del curso, los alumnos desarrollarán en grupos de trabajo, un proyecto aplicando las distintas etapas del proceso de Preparación, Formulación, Evaluación y Presentación de un Proyecto de Inversión.

El material de clases se complementa con documentos de respaldo de diferentes fuentes e instituciones relacionadas cómo: Gobierno, Aspectos tributarias, Aspectos Laborales, Aspectos Societarios, Instituciones Financieras, Sistemas de Leasing, Estimación de Costos, revistas especializadas, y otros documentos.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

#### **Proyecto Controles, Tareas y Casos (Todas las notas valen igual)**

Las siguientes notas tiene la misma ponderación:

- Tareas
- Controles
- Casos
- Exposición del avance del Proyecto (formalidad, contenido, comunicación, defensa y participación)
- Asistencia a las exposiciones de los avances del Proyecto
- Manejo del tiempo de las exposiciones de los avances del Proyecto
- Informe Escrito de los avances del Proyecto (Nota del Informe Escrito distribuida por el jefe de grupo)

#### **Prueba Recuperativa:**

Permite recuperar una nota faltante por inasistencia justificada. Esta nota reemplazara la nota faltante.


Fecha: Después de terminado el curso.

### **INDICACIONES PARTICULARES:**

Ingeniería Económica – Profesor Sr. Darcy Fuenzalida O.

### **BIBLIOGRAFÍA:**

1. Evaluación de proyectos. Baca Urbina, Gabriel. Edición: 6a ed. México. McGraw-Hill, 2010
2. Evaluación social de proyectos. Fontaine, Ernesto R. Chile. Universidad Católica de Chile, 1994
3. ODEPLAN. Preparación y Presentación de Proyectos de Inversión. Santiago. Chile. 1986.
4. Proyectos: Formulación y Criterios de Evaluación. Murcia, Jairo Darío coord. México. Alfaomega Grupo Editores, 2009
5. Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación. Morales Castro, Arturo y Morales Castro, José. México. McGraw Hill, 2009
6. ONU. Manual de Desarrollo de Proyectos. Nueva York. Naciones Unidas. 1970.
7. Evaluación de Decisiones Estratégicas. Del Sol Guzmán, Patricio. 1a. ed. Santiago. McGraw-Hill Interamericana 1999
8. Ley de Sociedades Anónimas (SA). Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
9. Ley de empresa individual de Responsabilidad Limitada (EIRL). Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
10. Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada (Ltda). Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
11. Ley de Sociedades por Acciones, SPA. Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
12. Ley de Corporaciones y Fundaciones. Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
13. Ley de Cooperativas. Biblioteca del Congreso. <http://www.bcn.cl/>
14. Guía de Financiamiento para Emprendedores. Asociación de Emprendedores de Chile. 2013. Santiago Chile.
15. Ley de la renta. <http://www.bcn.cl/>
16. Ley del IVA. <http://www.bcn.cl/>
17. Código Tributario
18. Código Laboral
19. Material especialmente preparado para el curso.
20. Lecturas y documentos complementarios

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Economía para la Gestión de Empresas		SIGLA: MGE-451
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:4
Horas Cátedra: 40	Horas Ayudantía: 2	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entregar los elementos fundamentales para comprender el rol del tomador de decisiones asociadas a la asignación de recursos del mercado en la economía.
- Analizar el funcionamiento del mercado y la relación entre los incentivos económicos y el comportamiento de los agentes, haciendo énfasis en las decisiones de empresas.
- Entender la economía interna y su relación con el sector externo, el equilibrio de las cuentas externas, el Banco Central y el equilibrio monetario, el Fisco y su impacto en el resto de las economías, políticas macroeconómicas de las economías abiertas, sistemas cambiarios alternativos y movilidad de capitales.

Esta asignatura está conformada por dos módulos:

**Módulo I: Economía de Mercado****Objetivo General:**

- Desarrollar una comprensión teórico y práctica de cómo, en una economía de mercado, se compatibilizan las necesidades de consumidores y productores.
- Entender los conceptos y herramientas económicas que permiten comprender la toma de decisiones de los consumidores, así como los efectos que distintos shocks y medidas

de política económica tienen sobre el equilibrio de mercado.

**Objetivos Específicos:**

- Entender como las personas priorizan sus necesidades y distribuyen su ingreso entre los bienes que consumen, de la manera más eficiente
- Entender cómo las decisiones individuales de consumo se agregan para dar origen a la demanda de mercado
- Analizar los efectos de la intervención en los mercados a través de mecanismos como impuestos, subsidios y fijaciones de precios

**Módulo II: Organización Industrial**

**Objetivo General**

- Usar herramientas de la teoría económica para analizar problemas de industrias y mercados que resultan más adecuados de concebir como imperfectamente competitivos.
- Desarrollar la capacidad de aplicar modelos, generalmente muy abstractos, a situaciones reales y concretas, permitiendo integrar líneas de estudio que suelen ser percibidas como disímiles.

**Objetivos Específicos:**

- Identificar Modelos de Competencia en los mercados.
- Caracterizar la estructura de un mercado.
- Diseñar y analizar estrategias competitivas.
- Evaluar los resultados de la competencia.

**CONTENIDOS:**

**Módulo I: Economía de Mercado**

1. Introducción.
2. Los Elementos Básicos de la Oferta y la Demanda
3. La Conducta de los Consumidores
4. La Demanda Individual y del Mercado
5. La Elección en condiciones de Incertidumbre
6. El Análisis de los Mercados Competitivos

**Módulo II: Organización Industrial**

1. Teoría de la Producción
2. Teoría de Costos: análisis de corto y largo plazo
3. Mercados Competitivos: competencia perfecta
4. Competencia Imperfecta
5. Estructura de Mercado y Concentración de Mercado
6. Introducción a la Macroeconomía Para La Gestión

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Economía de Mercado**

Clases presenciales.

**Módulo II: Organización Industrial**

Clases presenciales.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Economía de Mercado:**

Examen Escrito Individual (100%)

**Módulo II: Organización Industrial:**

Examen Escrito Individual (100%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Economía de Mercado**, Profesor: Roberto Muñoz

**Módulo II: Organización Industrial**, Profesor: Walter Fraser

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Economía de Mercado**

- Pindyck, Robert y Daniel Rubinfeld; “Microeconomía”, Prentice Hall, Quinta Edición, (2001).
- Mankiw, Gregory; “Principios de Economía”, McGraw Hill, Segunda Edición, (2002).

**Módulo II: Organización Industrial**

- Lynne, Pepall, Richards, Daniel y Norman, George; “Organización Industrial, Teorías y Prácticas Contemporáneas”, Editorial Thomson, 3° Edición, (2006).
- Tarziján, Jorge y Paredes, Ricardo; “Organización Industrial para la estrategia empresarial”; Ed. Pearson, (2006).
- Besanko David, Dranove David, Shanley Mark; Sschaeler Scott; “Economics Of strategy”; Editorial John Wiley & Sons Inc; 5<sup>th</sup> Edition, (2009).
- Pindyck, Robert y Daniel Rubinfeld; “Microeconomía”, Prentice Hall, Quinta Edición, (2001).

<b>ACTUALIZADO</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>	Enero 2009	
<b>FECHA</b>		

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Métodos Cuantitativos		SIGLA: MGE-413
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:5
Horas Semanales Cátedra:40	Horas Semanales Ayudantía:2	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entregar las herramientas cuantitativas básicas de uso en la gestión moderna, como lo son: optimización, modelos de redes y modelos estocásticos.
- Enseñar tecnologías que permitan trabajar con software específicos y generales relacionados con la gestión empresarial.

Esta asignatura está conformada por tres módulos:

- Módulo I: Investigación de Operaciones
- Módulo II: Matemáticas y Estadísticas
- Módulo III: Herramientas Computacionales

**Módulo I: Investigación de Operaciones****Objetivo General :**

- Entregar los fundamentos de la Investigación de Operaciones y la Teoría de la Optimización Matemática.
- Desarrollar el conocimiento teórico y la capacidad para preparar, aplicar y analizar modelos de Programación Lineal, de Programación Dinámica, y de Simulación de Sistemas Naturales.

**Objetivos Específicos:**

- Formular, estandarizar y resolver un modelo de programación lineal aplicando el algoritmo simplex y el método simplex.
- Efectuar análisis de sensibilidad, de dualidad del modelo, interpretar las variables duales y las partes de la tabla del método simplex,

## **Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**

Este curso se focaliza en brindar herramientas básicas para su aplicación casi directa a problemas relacionados con administración, economía y negocios. Por tanto, el énfasis estará más en las aplicaciones que en la teoría en sí. Se requiere que los alumnos apliquen algunas herramientas sencillas de análisis gráfico (por ejemplo, Excel).

### **Objetivo General:**

- Entregar y dar a conocer las herramientas de estadística para la toma de decisiones y la interpretación de información económica y financiera.

### **Objetivo Específicos:**

- Aprender a aplicar herramientas de cálculo y estadística aplicada a toma de decisiones y resolución de problemas.
- Aprender y calcular principales estadísticos.
- Aprender a interpretar las estadísticas descriptivas de una muestra.

## **Módulo III: Herramientas Computacionales**

### **Objetivo General:**

- Proveer el conocimiento del uso de una de las plataformas de Inteligencias de Negocio líderes en el mercado tecnológico.
- Introducir a los participantes en el uso Oracle Business Intelligence como herramienta de análisis de información, mecanismos de generación de análisis, técnicas de monitoreo de desempeño del negocio.

### **Objetivos Específicos:**

- Se pretende que los participantes al final del curso puedan trabajar fácilmente con herramientas de análisis de información realizando las siguientes actividades:
- Generar análisis y cuadros de mando.
- Construir y utilizar las vistas y gráficos en los análisis.
- Crear y trabajar con indicadores clave de rendimiento y cuadros de mando.
- Crear y modificar cuadros de mando de BI de Oracle.

## **CONTENIDOS:**



### **Módulo I: Investigación de Operaciones**

1. Introducción a la investigación de operaciones
2. Programación lineal
3. Programación Entera
4. Optimización de Redes

### **Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**

1. Matemáticas financieras
2. Fundamentos de Cálculo
3. Fundamentos de optimización
4. Estadística

### **Módulo III: Herramientas Computacionales**

#### **Análisis de Información Estratégica**

##### **Análisis de información con Oracle Business Intelligence**

- Introducción a Oracle BI Analysis Editor
- Tipos de columnas de datos en Oracle BI
- Terminología usada en los análisis de Oracle BI

##### **Limitar y agrupar datos en los análisis**

- Introducción a los filtros y selecciones
- Crear, editar y agrupar filtros
- Filtrado Dinámico

##### **Trabajar con vistas y gráficos de análisis**

- Introducción a las vistas, gráficos y editores
- Uso de vistas en los diseños compuestos
- Creación y edición de gráficos
- Vinculación de visitas maestro-detalle

##### **Mostrando resultados con tablas dinámicas**

- Crear, organizar y dar formato a una tabla dinámica
- Uso de columnas jerárquicas
- Clasificación de las tablas dinámicas

- Configuración de agregación y con los totales
- Mostrando valor relativo de un elemento
- Construcción de cálculos y sumas continuas

**Medición de resultados con indicadores clave de rendimiento**

- La creación de indicadores clave de rendimiento, el establecimiento de tendencias, dimensionalidad y umbrales.
- Creación de una lista de KPI

**Cuadros de mando integral**

- La identificación de los objetos y componentes de Oracle Scorecard y Gestión Estratégica
- Creación de un cuadro de mando
- Edición de un cuadro de mando

**La integración de análisis con MS Office**

- Trabajar con contenido de Oracle BI en aplicaciones de Microsoft Office

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Investigación de Operaciones**

Clases presenciales y en laboratorio computacional.

**Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**

Clases presenciales

**Módulo III: Herramientas Computacionales**

Clases presenciales y en laboratorio computacional.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Investigación de Operaciones**

2 Controles (20% c/u), 2 Tareas (20% c/u) y Trabajo Final (20%)

**Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**

Tarea Grupal y un Examen. (La nota del módulo se calcula como la multiplicación entre la nota del examen (E) y un factor ( $\square$ ) obtenido a partir de un ranking de las notas de la tarea)

**Módulo III: Herramientas Computacionales**

Trabajo y Actividades en Clase 40%  
Prueba de conocimientos 45%  
Trabajo para entrega posterior a la clase 15%

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Investigación de Operaciones**, Profesor: Enrique Norero

**Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**, Profesor: Javier Scavia

**Módulo III: Herramientas Computacionales**, Profesor: Eduardo Felix

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Investigación de Operaciones**


- Hillier, Frederick y Lieberman, Gerald; “Investigación de Operaciones”; Séptima Edición, (2002).
- Hillier, Frederick y Hillier, Mark; “Introduction to Management Science”, Tercera Edición, (2007).
- Eppen, Gary; Gould, Frederick; Schmidt, C.P; Moore, Jeffrey y Weatherford, Larry; “Investigación de Operaciones en la Ciencia Administrativa”; Quinta Edición; Editorial Prentice Hall; (2000).
- Taha, Hamdy ; “Investigación de Operaciones”; Editorial Prentice Hall; Sexta Edición, (1998).

**Módulo II: Matemáticas y Estadísticas**

- Zima, Petr; Brown, Robert; “Matemáticas Financieras”; Editorial McGraw-Hill Interamericana, 1º Edición, (2005).
- Spiegel, Murray; “Probabilidades y Estadísticas”; Series Shaum; Editorial McGraw-Hill, (1998).

**Módulo III: Herramientas Computacionales**

- Presentaciones del profesor de Oracle Business Intelligence

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Diciembre 2012	<b>OBSERVACIONES:</b>
	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>	

ASIGNATURA: Logística Empresarial		SIGLA: MGE-461
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:4
Horas Semanales Cátedra:40	Horas Semanales Ayudantía:2	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entregar una visión estratégica desde la perspectiva empresarial y herramientas adecuadas para el diseño logístico de las empresas.
- Entender la Planificación Agregada de la Producción y el Plan Maestro de Producción como concepto fundamental de la producción.
- Entender estrategias actuales como el aseguramiento de la calidad, cadena de suministro desde los proveedores hasta los clientes y producción ajustada.

Esta asignatura está conformada por dos módulos:

**Módulo I: Tácticas y Operaciones****Objetivos Generales:**

- Comprender la relación entre el área de operaciones y las demás funciones de la empresa.
- Integrar la función logística con la estrategia de la empresa para conseguir mayor productividad y competitividad
- Conocer y aplicar las técnicas más avanzadas en la gestión logística
- Tomar decisiones táctico / operacionales en el contexto del área de operaciones.

**Objetivos Específicos:**

- Comprender cómo se realiza la planificación de demanda y cómo se integran con las diferentes áreas de la empresa y su impacto en la gestión logística.
- Comprender la gestión de procesos y analizar el impacto de la estrategia operacional, la configuración de redes de servicios logísticos y la integración de la estrategia con los procesos.
- Conocer, controlar y gestionar la gestión del inventario y capital de trabajo como una de las variables críticas del negocio.
- Conocer, controlar y gestionar la gestión de costos involucrados en la cadena de suministro, como una de las variables críticas del negocio.
- Conocer, controlar y gestionar la gestión de transporte involucrado en la cadena de suministro, y los procesos involucrados en su planificación y ejecución, como una de las variables críticas del negocio.

## **Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**

### **Objetivo General**

- Entregar los conceptos, métodos y herramientas para el diseño y la gestión integrada del sistema logístico (Supply Chain) en un ámbito estratégico.
- Entregar una visión moderna e integrada de la cadena de suministro, desde los proveedores hasta los clientes en un entorno competitivo, dando a conocer las relaciones con otras funciones estratégicas, límites y oportunidades de opciones logísticas.

### **Objetivos Específicos:**

- Proporcionar las competencias necesarias para: Manejar de manera integral los procesos logísticos en empresas de producción y de servicios.
- Entregar el conocimiento necesario para aplicar metodologías que permita aumentar la Calidad de los procesos y productos, con una visión sistémica de la organización y mejorar la competitividad.
- Dar a conocer una visión global de las Nuevas Tendencias en Logística y Gestión de Calidad.
- Exponer ejemplos y casos prácticos relacionados a los temas a desarrollar.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Tácticas y Operaciones**

1. Evolución de los sistemas productivos.
2. Previsión de demanda: administración de la demanda, componentes de la demanda, métodos de pronóstico (subjetivos, causales y series de tiempo).
3. Gestión de inventarios: tipos de inventarios, control de inventarios con demanda independiente, costo de inventario, modelo de lote económico (EOQ).
4. Planificación de producción: aspectos generales de las actividades de planificación en manufactura, planificación agregada de la producción, técnicas de planificación agregada.
5. Planificación de necesidades de materiales: sistema de planificación de requerimientos de materiales (MRP).
6. Programación y control del taller: programación bajo pedido.

### **Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**

1. Entorno Postindustrial
2. Gestión del sistema logístico SCM
3. Gestión de Aprovisionamiento
4. Gestión de Distribución
5. Gestión de Calidad Total (TQM)

## **METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

### **Módulo I: Tácticas y Operaciones**

Clases Presenciales

### **Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**

Clases Presenciales

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Tácticas y Operaciones**

1 Controles (40% c/u) y Trabajo Final individual (60%)

**Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**

Trabajo para la casa (40%) y Examen Final Escrito Individual (60%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Tácticas y Operaciones**, Raúl Stegmaier y Pablo Escalona

**Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**, Edward Johns

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Tácticas y Operaciones**

- Chase & Aquilano, “Administración de la Producción y Operaciones para una ventaja competitiva”, 10ma. Edición; Mc Graw Hill 2004.
- Womack, J.P; Jones, D.; Roos D., “La máquina que cambio al mundo, Revista de Economía Aplicada EA Número 3 (vol. I), págs. 219 a 222,” Mc Graw Hill 1993.

**Módulo II: Logística y Gestión de Calidad Total**

- Womack, J.P; Jones, D.; Roos D., “La maquina que cambio al mundo, Revista de Economía Aplicada EA Número 3 (vol. I), págs. 219 a 222”, Mc Graw Hill 1993.
- Bowersox, D. & Closs, D. “Logistical management: the integrated supply-chain process”, Mc Graw Hill, New York, 1996.
- Chase & Aquilano, “Administración de la Producción y Operaciones para una ventaja competitiva”, 10ma. Edición; Mc Graw Hill 2004.
- Prida, B. & Gutiérrez, G. “Logística de aprovisionamientos: el cambio en las relaciones proveedor-cliente, un nuevo desafío para la empresa del siglo XXI, Mc Graw Hill, España, 1996.
- Askin, R. & Standridge, Ch. “Modelling and Analysis of Manufacturing Systems”, Editorial Wiley, New York, 1993
- Schonberger, Richard. “World Class Manufacturing: The Next Decade”, Editorial Free Press, New York, 1996
- Lambert & Stock "Fundamentals of Logistics Management", Editorial McGraw Hill, Boston, 1998
- Juran, J. & Gryna, F. “Análisis y Planeación de la Calidad”, 3ra edición Editorial McGraw Hill, 1995

<b>ACTUALIZADO</b> <b>APROBADO</b> <b>FECHA</b>	Departamento de Industrias  Enero 2009	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	--	-----------------------







**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Administración y Liderazgo en las Organizaciones		SIGLA: MGE-423
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:42	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entregar las herramientas administrativas empresariales, desarrollando funciones esenciales para planificar, dirigir y controlar, mirado desde un punto de vista gerencial.
- Enseñar metodología y líneas de acción para desarrollar liderazgo en las organizaciones.

Esta asignatura está conformada por cinco módulos:

**Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**

**Objetivo General:**

- Proporcionar las herramientas esenciales para entender las características del comportamiento humano en las organizaciones.
- Entender los procesos de comportamiento organizacional y las diferentes líneas de investigación operantes, en particular, las nuevas tendencias en comportamiento organizacional en el contexto de la realidad organizacional chilena.

**Objetivos Específicos:**

- Comprender los elementos esenciales que determinan el comportamiento al interior de las organizaciones.
- Comprender la dimensión humana del liderazgo.
- Comprender el comportamiento como un fenómeno complejo y multicausado.
- Conocer un modelo de intervención para el cambio comportamental

## **Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**

### **Objetivos Generales:**

- Dar a conocer a los participantes las nociones básicas sobre las que se sustentan el ordenamiento jurídico chileno.
- Entregar a los participantes nociones relevantes sobre la normativa jurídica nacional que afecta la actividad empresarial, con énfasis en su relación con sus dueños, trabajadores, acreedores, sus clientes y el Estado.
- Dar a conocer la aplicación práctica de la normativa jurídica.
- Dotar a los participantes de las nociones básicas que les permitan identificar situaciones de relevancia jurídica en su quehacer y organización, considerando el desarrollo de casos.

### **Objetivos Específicos:**

- Dar a conocer los principales aspectos de los conceptos de persona y sus atributos; de acto jurídico, sus elementos de existencia y validez, y su clasificación; y de contrato y su clasificación.
- Dar a conocer los aspectos relevantes en la organización jurídica de la actividad empresarial, la noción de sociedades y formas de tributación.
- Dar a conocer los conceptos fundamentales de la regulación del vínculo laboral, con énfasis en la contratación individual.
- Dar a conocer los principales aspectos que regulan el riesgo patrimonial de la actividad empresarial, en la perspectiva del acreedor y del deudor.
- Dar a conocer los aspectos relevantes en las normas de relación jurídica entre la empresa y sus clientes como consumidores.

### **Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**

#### **Objetivos Generales:**

- Analizar comprensivamente los conceptos y los principios de comunicación relacionados con el trabajo y la vida organizacional en este contexto global.
- Generar una visión de los fenómenos comunicacionales característicos de las organizaciones contemporáneas.
- Desarrollar habilidades y herramientas para mejorar la gestión de la comunicación organizacional, en torno a los objetivos y estrategias de la empresa.

#### **Objetivos Específicos:**

- Comprender los elementos esenciales que determinan el comportamiento al interior de las organizaciones.
- Comprender la dimensión humana del liderazgo.
- Conocer su propio estilo de liderazgo, sus fortalezas y debilidades, y sus caminos de desarrollo.
- Comprender la dimensión interpersonal del trabajo en equipo.
- Comprender el desempeño como un fenómeno complejo y multivariado.
- Conocer distintas técnicas de motivación y su potencial impacto.
- Conocer la diferencia entre Clima y Cultura, y conocer distintos perfiles de cultura organizacional.
- Adquirir habilidades que les permitan manejar con más éxito su comunicación e interacciones al interior del ámbito organizacional.

### **Módulo IV: Gestión del Conocimiento**

Este curso, proporciona al estudiante los conceptos básicos de Gestión del Conocimiento, las metodologías existentes y como identificar aquel conocimiento que genera valor para las organizaciones, es decir su capital intelectual.

Al aprobar la asignatura, el estudiante será capaz de comprender la relevancia de la gestión del conocimiento en los nuevos escenarios empresariales, además conocerá técnicas que de implementarlas en su organización le permitirá generar una ventaja competitiva

sustentable en la economía del conocimiento a través de la Organización que Aprende.

**Objetivo General:**

- Comprender la relevancia de la gestión del conocimiento en los nuevos escenarios empresariales.
- Conocer las técnicas de implementación en la organización, para generar una ventaja competitiva sustentable en la economía del conocimiento a través de la Organización que Aprende.

**Objetivos Específicos:**

- Definir la Gestión del Conocimiento
- Entender la importancia de la Gestión del Conocimiento para las empresas actuales
- Desarrollar la Gestión del Conocimiento en la Empresa.
- Implementar la Gestión del Conocimiento al interior de la empresa.

**Módulo V: Liderazgo Empresarial**

**Objetivo General :**

- Proporcionar las herramientas para comprender y manejar las variables conductuales inherentes a todo individuo y organización.

**Objetivos Específicos:**

- Suministrar herramientas concretas para mejorar el perfil de líderes organizacionales, desarrollando la excelencia en el ejercicio gerencial.
- Desarrollar las habilidades prácticas para un efectivo ejercicio del liderazgo y la mejora del rendimiento de los grupos laborales.
- Potenciar actitudes proactivas dirigidas al cambio organizacional y el desarrollo del talento colectivo dentro de la empresa.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**

1. Comportamiento Humano
2. Cambio y Resistencia
3. El proceso de cambio asistido
4. Coaching como modelo de cambio
5. Liderando el Comportamiento Humano
6. Enfoques de Liderazgo
7. Liderazgo personal
8. Plan de trabajo para mejorar mis competencias de liderazgo

### **Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**

1. Introducción al Derecho.
2. Derecho comercial: Acto de comercio y el comerciante, instrumentos mercantiles, contratos mercantiles y sociedades comerciales.
3. Derecho del Consumidor.
4. Derecho laboral.
5. Introducción al derecho tributario
6. Mercado de Capitales y Legislación financiera
7. Propiedad Intelectual.

### **Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**

1. Comportamiento Organizacional
2. Comportamiento Organizacional y Tipos de Personalidad
3. Aproximaciones al liderazgo
4. Gestión del Comportamiento

## **Módulo IV: Gestión del Conocimiento**

### **Módulo 1 - Introducción**

- Bienvenida
- Descripción de los Temas
- Objetivos y Beneficios del Curso
- El Cambio
- Visión de Futuro
- Evaluación
- Ejercicios Iniciales

### **Modulo 2 – Activos Intangibles y Capital Intelectual**

- Evolución de la Sociedad
- Datos, Información, Conocimiento
- Concepto de Conocimiento
- Beneficios
- Capital Intelectual de una Organización
- Activos Intangibles de una Organización
- Aprendizaje Organizacional

### **Modulo 3 – Gestión del Conocimiento**

- Definiciones de Gestión del Conocimiento
- Elementos de la Gestión del Conocimiento
- Objetivos de la Gestión del Conocimiento
- Liderazgo en la Gestión del Conocimiento
- Liderazgo, Creatividad e Innovación
- Modelo de la Gestión del Conocimiento
- Conclusiones

### **Modulo 4 – La Organización que Aprende.**

- Aprendiendo a Aprender
- El Aprendizaje

- Estrategias de Aprendizaje
- La Organización que Aprende
- Organizaciones Inteligentes
- Educación, Capacitación y Entrenamiento
- El ciclo del Aprendizaje
- Técnicas a usar para permitir que las personas aprendan
- El Capital Humano

**Módulo V: Liderazgo empresarial**

1. Introducción: Concepto y Evolución del liderazgo
2. Pilares del liderazgo
3. Niveles de Madurez del colaborador
4. Comportamientos del líder
5. Estilos eficaces de liderazgo: Esquema del Liderazgo Situacional
6. Liderazgo Transformador
7. Liderazgo Compartido

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**

Clases Presenciales

**Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**

Clases Presenciales

**Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**

Clases Presenciales

**Módulo IV: Gestión del Conocimiento**

Clases Presenciales

**Módulo V: Liderazgo empresarial**

Clases Presenciales

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

#### **Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**

Asistencia a clases (40%) y Trabajo Grupal (60%)

#### **Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**

Trabajo para la casa (100%)

#### **Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**

Trabajo Grupal (50%) y Asistencia a Clases (50%)

#### **Módulo IV: Gestión del Conocimiento**

La evaluación final del Curso se efectuará sobre la base de las siguientes actividades y ponderaciones:

- Participación en clase y presentaciones individuales 50%
- Trabajo Final 50%

Parte de la evaluación del curso incorporará un trabajo escrito en grupo sobre una investigación asignada.

#### **Módulo V: Liderazgo empresarial**

Análisis de “Los cuatro Acuerdos” (25%) “Invictus” (25%) y Asistencia Clases (50%)

### **INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**, Profesor: Hugo Krüger

**Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**, Profesor: Rodrigo Garcia

**Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**, Profesor: Luis Fernández

**Módulo IV: Gestión del Conocimiento**, Profesor: Augusto Coello

**Módulo V: Liderazgo empresarial**, Profesor: Luis Fernández

### **BIBLIOGRAFÍA:**

#### **Módulo I: Gestión del Comportamiento Humano**

- Dym, Barry Ph. D.; “Resistencia en las Organizaciones”, Practitioner O.D. Development Network vol.31/Nº 1; 1999
- Kruger, Hugo; y Nario, Claudia; “El Eneagrama en la Organización”; Editorial Cerro Huelén; 2005



- Riso, Don Richard & Hudson, Russ; en “La Sabiduría del Eneagrama”; Ediciones Mundo Urano; 1998

### **Módulo II: Entorno Jurídico de la Empresa**

- Constitución Política de la República de Chile
- Código Civil
- Código del Trabajo.
- Código Tributario.
- Decreto Ley N° 824, sobre Impuesto a la Renta.
- Decreto Ley N° 825, sobre Impuesto a las Ventas y Servicios, y su reglamento.
- Ley N° 18.045, sobre Mercado de Valores.
- Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas.
- Ley N° 3.918, sobre Sociedades de Responsabilidad Limitada.
- Ley N° 19.857, sobre Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada.
- Ley N° 18.175. sobre Quiebras
- Decreto Ley 211 del año 1973
- Ley N° 19.496, sobre protección de los Derechos del Consumidor.
- Manual de Derecho Civil. “Ramón Meza Barros”. Editorial Jurídica de Chile. 1979.
- Manual de Derecho Comercial, Tomos I, II y III. Ricardo Sandoval López. Editorial Jurídica de Chile.1997.

### **Módulo III: Gestión de la Comunicación Organizacional**

- Echeverría, Rafael; “Ontología del Lenguaje”, Editorial Comunicaciones Noreste Ltda; Sexta Edición, 2003
- Luis Barreiro; “Ontología del Lenguaje”, publicación Gestipolis.com; Mayo 2006
- Carla Cirigliano; “Gestión de la Comunicación interna en las organizaciones”; Publicación Monografías, Marzo 2003.
- Viada, Mónica María; ”Comunicación institucional: La comunicación bien entendida empieza por casa”; Revista Latina de Comunicación Social, abril, año/vol.4, N°040, 2001.

#### **Módulo IV: Gestión del Conocimiento**

- Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi. Editorial Oxford 2002. **La Organización creadora de conocimiento (1999).**
- Robert N Lussier & Christopher F. Achua. Editorial Thomson. 2005. **Liderazgo.**
- Hughes, Ginnett, Curphy, McGraw Hill, 5ª Edición 2007. **Liderazgo, cómo aprovechar las lecciones de la experiencia.**
- Senge (1990) sienta las bases de las denominadas Organizaciones Inteligentes. Para este autor **“Learning Organizations”**
- Ikujiro Nonaka, Peter F. Drucker, James Brian Quinn. **Gestión del Conocimiento**
- Brooking, Annie. **El Capital Intelectual, El principal activo de las empresas del tercer milenio**
- Güell, Antoni M. **Homo faber, homo sapiens La gestión del capital intelectual**
- Malone, Michael S. **El capital intelectual**
- Stewart, Thomas A. **La nueva riqueza de las organizaciones: El Capital intelectual**
- Humberto R. Maturana, Francisco J. Varela, **El árbol del conocimiento**, Lumen 1ª edición (Enero, 2004).
- Thomas O. Davenport, **Misión Crítica**, Oxford University Press (Febrero 2002).
- Thomas O. Davenport, **Capital Humano. Creando Ventajas Competitivas a Través De Las Personas**, Gestion 2000/Aedipe (2000).
- Peter Senge, **La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje**, Ediciones Granica, S.A. (Diciembre, 1998).
- Peter Senge , **La Quinta Disciplina**, Ediciones Granica, S.A. (September 1993).
- Peter Ferdinand Drucker, David Garvin, Dorothy Leonard, Susan Straus, John Seely Brown, **Harvard Business Review on Knowledge Management**, Harvard Business School Press; 6 edition (Septiembre 1998).
- Edward De Bono, **Lógica Fluida**, Ediciones Paidos Ibérica (Marzo 1996).
- H. Gardner, **Inteligencias Múltiples**, Ediciones Paidos Iberica (Junio 2003).
- Leif Edvinsson, Michael S. Malone, **El Capital Intelectual**, Gestión 2000 (1999).

- Flores, F. (1989). **Inventando la Empresa del Siglo XXI**. Santiago de Chile: HACHETTE, 99 p.
- Flores, F. (1989). **Hacia la comprensión de la informática y la cognición**. Barcelona: Editorial Hispano Europea, 266 p. FLORES, F. (1994). **Creando Organizaciones para el Futuro**. Santiago de Chile: Dolmen Ediciones, 194 p.
- Flores, F.: Paper: **Promesas, Confianza e Identidad Pública**. Edición digital disponible en diversos medios. (En el blog [www.fernandoflores.cl](http://www.fernandoflores.cl) se puede obtener una copia).
- Flores, F.: Paper: **Leyendo un Texto**. Edición digital disponible en diversos medios. (En el blog [www.fernandoflores.cl](http://www.fernandoflores.cl) se puede obtener una copia)
- Maturana, H.: **Artículo “La mente no está en la cabeza”**. Edición digital publicada en diversos medios. Se puede encontrar una versión en el siguiente link:
- Hughes, Ginnett, Curphy, McGraw Hill, 5ª Edición 2007. **Liderazgo, cómo aprovechar las lecciones de la experiencia**.
- Senge (1990) sienta las bases de las denominadas Organizaciones Inteligentes. Para este autor **“Learning Organizations”**
- Ikujiro Nonaka, Peter F. Drucker, James Brian Quinn. **Gestión del Conocimiento**
- Brooking, Annie. **El Capital Intelectual, El principal activo de las empresas del tercer milenio**
- Güell, Antoni M. **Homo faber, homo sapiens La gestión del capital intelectual**
- Malone, Michael S. **El capital intelectual**
- Stewart, Thomas A. **La nueva riqueza de las organizaciones: El Capital intelectual**
- Humberto R. Maturana, Francisco J. Varela, **El árbol del conocimiento**, Lumen 1ª edición (Enero, 2004).
- Thomas O. Davenport, **Misión Crítica**, Oxford University Press (Febrero 2002).
- Thomas O. Davenport, **Capital Humano. Creando Ventajas Competitivas a Través De Las Personas**, Gestion 2000/Aedipe (2000).
- Peter Senge, **La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje**, Ediciones Granica, S.A. (Diciembre, 1998).
- Peter Senge, **La Quinta Disciplina**, Ediciones Granica, S.A. (September 1993).

- Peter Ferdinand Drucker, David Garvin, Dorothy Leonard, Susan Straus, John Seely Brown, **Harvard Business Review on Knowledge Management**, Harvard Business School Press; 6 edition (Septiembre 1998).
- Edward De Bono, **Lógica Fluida**, Ediciones Paidós Ibérica (Marzo 1996).
- H. Gardner, **Inteligencias Múltiples**, Ediciones Paidós Iberica (Junio 2003).
- Leif Edvinsson, Michael S. Malone, **El Capital Intelectual**, Gestión 2000 (1999).
- Flores, F. (1989). **Inventando la Empresa del Siglo XXI**. Santiago de Chile: HACHETTE, 99 p.
- Flores, F. (1989). **Hacia la comprensión de la informática y la cognición**. Barcelona: Editorial Hispano Europea, 266 p. FLORES, F. (1994). **Creando Organizaciones para el Futuro**. Santiago de Chile: Dolmen Ediciones, 194 p.
- Flores, F.: Paper: **Promesas, Confianza e Identidad Pública**. Edición digital disponible en diversos medios. (En el blog [www.fernandoflores.cl](http://www.fernandoflores.cl) se puede obtener una copia).
- Flores, F.: Paper: **Leyendo un Texto**. Edición digital disponible en diversos medios. (En el blog [www.fernandoflores.cl](http://www.fernandoflores.cl) se puede obtener una copia)
- Maturana, H.: **Artículo “La mente no está en la cabeza”**. Edición digital publicada en diversos medios. Se puede encontrar una versión en el siguiente link:

**Módulo V: Liderazgo empresarial**

- Blanchard, Ken y Bowles, Sheldon; “Gung Ho!” (¡A la carga!); Editorial Norma; Año 2004.
- Fromm, Erich; “El arte de amar”; Editorial Ediciones Paidós Ibérica, año 2000
- Fischman, David; “Lidera con fianza o confianza”; Publicación Diario el Mercurio; 7 Mayo 2001.

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Agosto 2012	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	---	-----------------------



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Finanzas para la Toma de Decisiones		SIGLA: MGE-411
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:38	Horas Semanales Ayudantía:2	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

Introducir los conceptos fundamentales del análisis financiero, planificación financiera e inversiones en el mercado de capitales.

Esta asignatura está conformada por tres módulos:

**Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**

**Objetivo General:**

- Proporcionar al estudiante habilidades de proyección del impacto estratégico de las decisiones financieras.
- Actualizar y profundizar la base para toma de decisiones de la administración financiera.

**Objetivos Específicos:**

- Entregar los conceptos básicos y las técnicas modernas de Análisis Financiero.
- Entregar las herramientas para la Planeación Financiera de Corto Plazo.
- Identificar los principales modelos de la Teoría Financiera y de los modelos de micro y macro-economía.

## **Módulo II: Mercado de Capitales**

### **Objetivo General:**

- Entender y Analizar las decisiones relacionadas con el mercado de capitales, en lo que se refiere a su desarrollo, estructura, funcionamiento, principios e instrumentos.
- Conocer los instrumentos del mercado de capitales y su forma de comercializarlos.
- Introducir los principios fundamentales de valoración de activos, la selección de inversiones, y la operación de los mercados financieros.

### **Objetivos Específicos:**

- Conocer el funcionamiento de los mercados de capitales y sus principales actores.
- Conocer los principales instrumentos disponibles en el mercado financiero.
- Identificar y explicar el funcionamiento y las variables más importantes de los instrumentos de renta variable, renta fija y activos estructurados.

## **Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**

### **Objetivos Generales:**

- Conocer el funcionamiento de los mercados accionarios, de deuda.
- Aprender las técnicas comúnmente utilizadas de administración de cartera de inversión.
- Entregar las herramientas para tomar decisiones de inversión y gestión de riesgo.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar los conceptos relevantes del riesgo y la administración de portafolios.
- Aprender a optimizar carteras de inversiones
- Aprender las funciones y administración de los instrumentos financieros para cubrir el riesgo (futuros, forwards, opciones) en carteras
- Entender y observar las anomalías de mercado internacional y los efectos calendarios

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**

1. Introducción a la Administración Financiera
2. Análisis financiero.
3. Planificación Financiera
4. Administración de Capital de Trabajo
5. Administración del Financiamiento de Corto Plazo

### **Módulo II: Mercado de Capitales**

#### **1. Mercado de Capitales.**

- 1.1 Origen
- 1.2 Estructura del Mercado de Capitales
- 1.3 Mercado Primario y Secundario
- 1.4 Participantes
- 1.5 Análisis Nacional e Internacional.

#### **2. Bolsas de Valores.**

- 2.1 Bolsas de Valores en Chile
- 2.2 Instrumentos de Renta Variable y sus Derivados
- 2.3 Instrumentos de Renta Fija
- 2.4 Instrumentos de Intermediación Financiera
- 2.5 Instrumentos Monetarios
- 2.6 Derivados
- 2.7 ADRs
- 2.8 Simulación de Carteras de Inversión.

#### **3. Intermediarios de Valores.**

- 3.1 Agentes de Valores y Corredores de Bolsa
- 3.2 Requisitos de constitución.
- 3.3 Normativa vigente
- 3.4 Métodos de Operación
- 3.5 Procesos Administrativos.

3.6 Simulación de Operatoria Bursátil

4. Organismos Controladores del Mercado y Normativa Vigente.

4.1 Rol de la Superintendencia de Valores y Seguros.

4.2 Ley del Mercado de Valores.

4.3 Autorregulación de las Bolsas.

4.4 Ley de Sociedades Anónimas.

5. Tipos de Inversionistas y toma de Decisiones de Inversión.

5.1 Inversionistas Institucionales.

5.2 Inversionistas no Institucionales.

5.3 Análisis Fundamental

5.4 Análisis Técnico

5.5 Evaluación de Carteras Accionarias.

**Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**

I. Análisis de Riesgo y Rentabilidad

a. Forma de cálculo de rentabilidad

b. Cálculo y estimación de Riesgo

c. Cálculo de Mercado Accionario Chileno

II. Generación de Portfolios

a. Teoría de Diversificación

b. Gestión de Carteras

III. Value at Risk

a. Concepto de Value at Risk

b. Aplicación de Value at Risk a Portfolios

IV. Modelo CAPM

a. Modelo CAPM

b. Prima de Riesgo en Chile

c. CAPM aplicado en Mercado Emergente

V. Instrumentos de Cobertura

a. Futuros y Forward

b. Opciones

VI. Anomalías en el Mercado Accionario Chileno



**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**

Clases Presenciales y Casos Aplicados.

**Módulo II: Mercado de Capitales**

Clases Presenciales.

**Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**

Clases Presenciales y Casos Aplicados.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**

Trabajo Escrito Individual (50%) y Examen Final Individual (50%)

**Módulo II: Mercado de Capitales**

Examen escrito en grupo (100 %)

**Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**

Caso Final Grupal (100%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**, Profesor: Juan Graffigna

**Módulo II: Mercado de Capitales**, Profesor: Arie Gelfenstein

**Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**, Profesor: Anil Makhija

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Análisis y Evaluación Financiera Corporativa**

- Van Horne. James; “Administración Financiera”; Editorial Prentice Hall; 10ª Edición;

(1997)

- Jiménez Bermejo, Patricio; “Manual de Análisis Financiero”; Editorial Eco-gestión Editora; (1995)

**Módulo II: Mercado de Capitales**

- Artículo Análisis Técnico \_ Autor Arie Gelfenstein

**Módulo III: Inversiones y Análisis de Riesgo**

- Brealey & Myers; “Principios de Finanzas Corporativas”. Novena Edición; Editorial Mc Graw Hill; año 2010.
- *Hull, John; “Introducción a los mercados de futuros y opciones”, Cuarta Edición; Editorial. Prentice Hall. Madrid, 2002.*

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Diciembre 2013	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	--	-----------------------

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Marketing Gerencial		SIGLA: MGE-471
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra: 40	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Generar la capacidad de desarrollar estrategias de marketing moderno y su implementación.
- Entender el rol del Marketing en la organización analizando temas como el estudio de mercado, segmentación y posicionamiento de la empresa.
- Profundizar los temas asociados a la globalización de programas de marketing desde una perspectiva operacional y estratégica.

Esta asignatura está conformada por tres módulos:

**Módulo I: Marketing Estratégico****Objetivo General:**

- Generar una visión de los conceptos del proceso de intercambio empresa-cliente que le permitan planificar y poner en práctica a nivel gerencial la Estrategia Comercial de la empresa.

**Objetivos Específicos:**

- Conocer los conceptos básicos del marketing y tener una visión general del marketing estratégico.
- Conocer los fundamentos de la Investigación de Mercado
- Conocer los fundamentos del Comportamiento del Comprador
- Conocer los Fundamentos del Marketing.
- Manejar los conceptos de Segmentación, Diferenciación y Posicionamiento

## **Módulo II: Marketing Táctico**

### **Objetivo General:**

- Aplicar e implementar la metodología de trabajo como estrategia de negocios creando nuevas ventaja competitiva en el mercado.

### **Objetivos Específicos:**

- Analizar temas tácticos, como fijación de precios, inversión en publicidad, gestión de la marca, y diseño y gestión de promociones de venta, fuerza de venta y de los canales de distribución. Todos estos temas se abordarán desde una perspectiva estratégica y de orientación al cliente.
- Conocer y manejar los fundamentos del marketing relacional.
- Manejar CRM que es orientación al manejo de la relación empresa-cliente

## **Módulo III: Marketing Internacional**

### **Objetivo General:**

- Desarrollar las habilidades de desarrollar, administrar y controlar estrategias de Mercadotecnia cuando son aplicadas en varios países.
- Desarrollar una apreciación crítica de los elementos que influyen el trabajo del gerente de Mercadotecnia y aprenderán cómo administrar mercados/productos/clientes en organizaciones globales.

### **Objetivo Específico:**

- Examinar aspectos particulares de la segmentación.
- Tomar la decisión de la selección de mercado.
- Determinar la mejor forma de posicionamiento cuando operaciones cubren múltiples países o regiones.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Marketing Estratégico**

1. El concepto del Marketing y su evolución
2. Diseño del Plan de Marketing
3. Segmentación y Ejemplos
4. Modelos de investigación de mercados para segmentación
5. Análisis Clúster
6. Posicionamiento
7. Modelos de investigación de mercados para posicionamiento
8. Análisis Factorial
9. Análisis de Correspondencia

### **Módulo II: Marketing Táctico**

1. Filosofía del marketing relacional: colaboración y aprendizaje
2. Share of customer
3. Definición del Cliente CRM
4. El efecto eclipse
5. Educación del valor del cliente: actual y potencial
6. Clasificación de clientes : CMV, CMC y BC
7. Personalización Masiva
8. Metodología de generación de *insights* :Consumer Impresión
9. Marca: concepto y medición de salud de una marca

### **Módulo III: Marketing Internacional**

#### **Tema 1: Compitiendo en Mercados Globales**

- Caso: Colgate Max Fresh: Global Roll Out
- Lecturas: (a) The Logic of Global Business (b) Nestle: The Vision of Global Managers

#### **Tema 2: Gestión de la Estrategia Global**

- Caso: Unilever in Brazil

- Lecturas: (a) Radical Brand Revolution, (b) Market Segmentation, Target Market Selection, and Positioning, (c) The Strategic Role of International Marketing

**Tema 3: La Gestión del Valor al Cliente – Elementos Globales**

- Caso: Kone: The Monospace Launch
- Lecturas: (a) Pricing: A Value Based Approach

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Marketing Estratégico**

Clases presenciales y Casos

**Módulo II: Marketing Táctico**

Clases presenciales y Casos

**Módulo III: Marketing Internacional**

Clases presenciales y Casos

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Marketing Estratégico**

Casos (70%) y Control de Lectura (30%)

**Módulo II: Marketing Táctico**

Análisis de Caso Individual (100%)

**Módulo III: Marketing Internacional**

Informe de Casos (25%), Participación en clases (25%) y Examen escrito sobre artículos y discusiones de clases. (50%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Marketing Estratégico**, Profesor: Cristóbal Fernández

**Módulo II: Marketing Táctico**, Profesor: Gustavo Rubinsztein

**Módulo III: Marketing Internacional**, Profesor: John Zerio

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Marketing Estratégico**

- Kotler-Keller; “Dirección de Marketing”; Editorial Pearson-México; 12° Edición; año 2006
- Kotler; “Fundamentos de Marketing”; Editorial McGraw-Hill; 14° Edición; año 2007
- Lambin, Jean Jaques; “Estrategias de Marketing”; Editorial McGraw-Hill; 3° Edición; año 1993

**Módulo II: Marketing Táctico**

- Comunicaciones Integradas de Marketing”; Escuela de Negocios de Harvard; (2000)
- Insights Into Customer Insights; Insights often emerge from looking at a problem differently, and by being eclectic in research methods”; Mohanbir Sawhney; Kellogg School of Management

**Módulo III: Marketing Internacional**

- Andrew J. Parsons; “Nestle: The Vision of Global Managers”; The McKinsey Quarterly, No. 2, 1996)
- Merrilees, Bill “Radical Brand Revolution. A case –based Framework” (Copyright, of journal of advertising research is the property of Cambridge University Press/UK), 2005
- Porter, Michael E; “The Strategic Role of International Marketing”; (Journal of Consumer Marketing, Vol. 3) Iss: 2, pp.17 – 21; 1986

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Enero 2012	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	--	-----------------------

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

<b>ASIGNATURA:</b> Análisis de Proyectos Empresariales y de Inversión	<b>SIGLA:</b> MGE-481
---	-----------------------

Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:40	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Aplicar de conocimientos de evaluación y análisis de proyectos en la realización de proyectos empresariales.
- Utilizar de herramientas y criterios para la toma de decisiones de inversión, bajo incertidumbre.

Esta asignatura está conformada por dos módulos y un electivo<sup>1</sup>:

**Módulo I: Gestión de Proyectos****Objetivo General**

- Desarrollar la capacidad de preparar, evaluar y presentar proyectos de inversión.

**Objetivos Específicos:**

- Conocer conceptos y métodos de preparación y evaluación de proyectos.
- Formular un proyecto innovador.
- Además de practicar habilidades de comunicación y asertividad; reconocer la importancia de la empatía y de las relaciones interpersonales;
- Conocer y aplicar estrategias y tácticas de influencia con integridad y conceptos como el sentido de la colaboración, el poder y la autoridad; desarrollar habilidades de retroalimentación, relaciones interpersonales, persuasión y reconocimiento para aprovechar las fortalezas de cada persona, potenciándolas a favor del equipo de trabajo.

**Módulo II: Toma de Decisiones Jerarquizadas****Objetivos Generales**

<sup>1</sup> Detalle Electivos MBAUSM Anexo N° 9.



- Esta asignatura busca integrar, los aspectos cuantitativos y cualitativos que presenta la temática ambiental, dentro de un proceso de toma de decisiones. Es decir, el curso busca que el alumno adquiera la capacidad de poder formular un modelo de toma de decisiones, selecciones los criterios relevantes y contraste las soluciones encontradas, en función de diversos escenarios de ocurrencia.
- Así mismo, se pretende, en este curso, presentar la metodología de análisis multicriterio, como una herramienta útil para aplicar en procesos de planificación territorial, ambiental y social, vinculando y concensuando la opinión de diversos actores.

### **Objetivos Específicos**

- Introducir una metodología multicriterio para la toma de decisión y análisis de un problema multidisciplinario.
- Enseñar como priorizar nuestras acciones mediante método científico aplicado al área de toma de decisiones complejas.
- Revisar modelos de toma de decisión incluyendo variables cualitativas y cuantitativas y su evaluación.
- Aprender a evaluar y clasificar la naturaleza del problema abordado, identificando áreas de conflicto, particularidades, actores involucrados, etc.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Gestión de Proyectos**

#### **Tema 1 - Introducción**

- ☐ Bienvenida
- ☐ Descripción de los Temas
- ☐ Objetivos y Beneficios del Curso

#### **Tema 2 – Definición de Proyectos de Inversión.**

- ☐ Introducción a los conceptos de proyectos de inversión.
- ☐ Preparación y evaluación de proyectos.

#### **Tema 3 – Metodología de Marco Lógico.**

- ☐ Conceptos de la metodología.
- ☐ Análisis de los Involucrados.

#### **Tema 4 – Análisis del Problema y Objetivos.**

- ☐ Generar la *idea* del proyecto de innovación.
- ☐ Establecer los efectos actuales y potenciales.

- ☐ Deducir el problema u oportunidad central del proyecto.
- ☐ Establecer las causas que generan el problema.
- ☐ Desarrollar *árbol del problema*.
- ☐ Establecer los fines y medios.
- ☐ Deducir el objetivo central del proyecto.
- ☐ Desarrollar *árbol de objetivos*.
- ☐ Ejercicios prácticos.

**Tema 5 – Taller y Evaluación.**

- ☐ Aplicar los conceptos desarrollados en el tema 4.
- ☐ Presentar los resultados.
- ☐ Emitir informe con la propuesta inicial.

**Tema 6 – Análisis de Soluciones y Estrategias del Proyecto de Innovación.**

- ☐ Generar acciones y estrategias de solución.
- ☐ Estudios para la preparación de proyectos.
- ☐ Mercado y segmentación.
- ☐ Modelo de negocios CANVAS.

**Tema 7 – Estructura del Proyecto de Innovación.**

- ☐ Estructura analítica proyecto.
- ☐ Caso.

**Tema 8 – Matriz de Marco Lógico**

- ☐ Estructura de matriz marco lógico.
- ☐ Indicadores.
- ☐ Indicadores de Gestión.

**Tema 9 – Modelos de Financiamiento de CORFO**

- ☐ Instrumentos de financiamientos para proyectos de innovación.
- ☐ Características de los proyectos CORFO.
- ☐ Casos de éxito de proyectos CORFO.
- ☐ Casos de emprendimientos e innovación.

**Tema 10 - Resumen y Conclusiones del Curso**

- ☐ Informe Final
- ☐ Evaluación
- ☐ Despedida
- ☐ Clausura y Cierre de la Jornada

**Módulo II: Toma de Decisiones jerarquizadas**

**I. Introducción a la metodología de los MCDM.**

- Que son y para que sirven los MCDM.
- Tipos de MCDM
- Estructura de los MCDM
- Modelos de Brown Gibson

## **II. La metodología de Proceso Analítico Jerárquico (AHP).**

- Componentes básicos de la metodología: Función objetivo, criterios y alternativas.
- Árbol de decisión jerárquico
- Axiomas de la metodología
- El índice de consistencia y su significado
- Planteamiento de un problema de decisión basado en AHP.
- Escala de comparaciones
- Solución del problema. Software Expert Choice.
- Extensiones del problema: Análisis de sensibilidad.

## **III. Estudio de casos de aplicación de los modelos MCDM (entre otras).**

- Aplicaciones a la gestión estratégica del territorio: FODA Analítico.
- Aplicaciones en la evaluación y gestión ambiental
- Aplicaciones en la gestión sustentable del recurso agua.
- Aplicaciones en la gestión sustentable de la biodiversidad
- Aplicación en los proceso de participación ciudadana.

## **METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

### **Módulo I: Gestión de Proyectos**

- Clases Presenciales. Casos y Presentaciones.

### **Módulo II: Toma de Decisiones jerarquizadas**

- Clases expositivas y estudio de casos por parte del profesor (Unidades I y II)
- Exposición de la revisión bibliográfica y trabajo práctico por parte de los

alumnos (unidad III)

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

### **Módulo I: Gestión de Proyectos**

La evaluación final del Curso se efectuará sobre la base de las siguientes actividades y ponderaciones:

#### **1. Participación en clase y presentaciones equipo 50%.**

- ☐ Parte importante del curso estará dada por la activa participación en clases.
- ☐ La evaluación de su desempeño en clase será realizada en forma “*subjetiva*” por el profesor, el que buscará ser consistente y justo con relación a los demás alumnos del curso y que se basará en:
  - ☐ Su activa participación voluntaria en las discusiones en clases
  - ☐ Sus presentaciones e informes.

#### **2. Trabajo Final 50%**

- ☐ Parte de la evaluación del curso incorporará un trabajo escrito en grupo sobre un proyecto de innovación. El objetivo de ésta será evaluar el grado de aprendizaje de los conceptos teóricos expuestos y practicados en clase. Todos los alumnos deberán cumplir este requisito. El trabajo final de cada grupo, debe enviarse al profesor en forma electrónica al correo oscar.saavedra@usm.cl a más tardar 7 días después de realizado el curso.

### **Módulo II: Toma de Decisiones jerarquizadas**

La asignatura es esencialmente práctica y de investigación, por lo tanto, requiere por parte de los alumnos responsabilidad y seriedad en la hora de definir sus fuentes de información y en la calidad del trabajo a exponer, por lo tanto, estos serán dos de los aspectos a considerar en la evaluación del curso.

De esta manera, el curso será evaluado con una prueba y mediante un trabajo final, el cual contendrá dos calificaciones.

<p>Por lo tanto las ponderaciones finales serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prueba: 30 %</li> <li>• Trabajo final: 70 %</li> </ul> <p>El trabajo final será evaluado de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Discusión bibliográfica sobre el tema escogido: 40%</b></li> <li>- <b>Aplicación de la metodología 60%.</b></li> </ul>		
<b>INDICACIONES PARTICULARES:</b>		
<b>Módulo I: Gestión de Proyectos, Profesor: Oscar Saavedra</b>		
<b>Módulo II: Toma de Decisiones jerarquizadas, Profesor: Juan Carlos Espinoza R.</b>		
<b>BIBLIOGRAFÍA:</b>		
Módulo I: Gestión de Proyectos		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• The integral model of strategic management supported by simulation models Dr. Oscar Saavedra Rodríguez.</li> <li>• Canvas</li> </ul>		
Módulo II: Toma de Decisiones Jerarquizadas		
Módulo III: Electivo I ( Ver Anexo N° 9 )		
<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Diciembre 2013	<b>OBSERVACIONES:</b>

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Economía Globalizada		SIGLA: MGE-453
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra: 40	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entender los principales conceptos económicos que afectan el análisis financiero, centrándose en el análisis macroeconómico.

Esta asignatura está conformada por dos módulos:

**Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico****Objetivo General:**

- Entregar conceptos y herramientas para tomar decisiones a nivel nacional e internacional bajo un marco de continuo cambio.
- Revisar tópicos de índole financiero y estratégico, examinando temas tales como las divisas, tipo de cambio, riesgo financiero internacional y desarrollo de estrategias competitivas para las organizaciones, siempre en el contexto global.

**Objetivos Específicos:**

- Entender los principales fundamentos de la teoría macroeconómica, orientada hacia la comprensión y al análisis de la coyuntura, enfatizando la política monetaria y su conexión con los mercados financieros y las interrelaciones existentes en una economía abierta al mundo.
- Comprender los objetivos de la política económica y las variables e indicadores claves para seguir la evolución de la actividad económica y proyectarla.
- Entender la influencia del Banco Central en la economía y las implicancias en los mercados de sus decisiones en relación a la política monetaria.
- Comprender conceptos básicos referidos a la balanza de pagos y la influencia en el resto del mundo en la economía nacional.

- Comprender causas e implicancias de las variaciones en el tipo de cambio.

## **Módulo II: Finanzas Internacionales**

### **Objetivo General:**

- Analizar y entender cómo el estudio de los flujos monetarios internacionales, de los mercados que los facilitan y de su impacto sobre las economías que los sostienen.
- Entender el flujo monetario a través de las fronteras nacionales.

### **Objetivos Específicos:**

- Entender el funcionamiento de los mercados financieros internacionales dentro del contexto de economías abiertas, en distintas fases de sus ciclos económicos, revisando el impacto de las políticas económicas domésticas sobre distintos instrumentos de dichos mercados y a la inversa, los efectos del desarrollo de éstos en la efectividad de las políticas.
- Se estudia el funcionamiento y características principales de los mercados financieros internacionales, incluyendo a los Mercados de Divisas, de Renta Fija y Renta Variable y, en el margen, de Productos Derivados.
- A efectos de interpretar correctamente los impactos de los flujos financieros internacionales sobre los equilibrios internos de las economías que los sostienen, se revisan también aspectos relevantes de las políticas macroeconómicas de éstos, cubriéndose tópicos referidos a materias propias de las Políticas Fiscal, Comercial, Cambiaria y Monetaria.
- El análisis busca identificar las características salientes de la integración a los mercados financieros internacionales de la economía chilena, dentro del contexto de sus políticas macro vigentes.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico**

1. Crecimiento, Desarrollo y Estabilidad Macroeconómica.
2. Fundamentos de Macroeconomía de las Economías Abiertas (I)
3. Fundamentos de Macroeconomía de las Economías Abiertas (II)
4. Regímenes Cambiarios para economías emergentes.
5. Flujos de Capital y políticas económicas
6. Desempeño reciente de la economía chilena y desafíos del fomento productivo

### **Módulo II: Finanzas Internacionales**

#### **I.- Economía Internacional y Conceptos de Macroeconomía**

- Macroeconomía y Economía Global. De la Autarquía al Libre Comercio
- Esquemas de Integración Comercial y Formación de Bloques de Comercio
- Beneficios de la Integración Comercial
- Modelos de determinación de la Renta Nacional. Sectores Real, Monetario y Externo. -
- Equilibrio macro económico de una economía abierta con libre movilidad de capitales.
- Apertura de la Cuenta de Capitales e Integración Financiera.
- Políticas macro económicas (Fiscal, Monetaria, Comercial & Cambiaria)
- Balanza de Pagos. Estructura. Cuenta Corriente y Cuenta de Capitales

#### **II.- Mercados Financieros Internacionales & Vulnerabilidad Externa**

- Funcionamiento y Evolución del Sistema Monetario Internacional.
- Fondo Monetario Internacional: Misión, Funciones y Medios
- Indicadores de vulnerabilidad externa
- Reservas Internacionales y Fondos Soberanos. Volumen óptimo de RRII.
- Cobertura Macroeconómica. Administración conjunta de Activos y Pasivos Internacionales



### **III.- Políticas Monetaria y Cambiaria**

- Revisión de los conceptos de Dinero y Política Monetaria
- Concepto de Dinero. Oferta y Demanda de Dinero. Base Monetaria y Multiplicador
- Instrumentos de Política Monetaria
- Canales de Transmisión
- Implementación de la PM. Emisión de Deuda y Curva de Rendimientos. Operatoria
  
- Regímenes de Tasa de Cambio
- Tipos de Cambio Fijo
- Tipos de Cambio Flotante
- Flotación “Sucia”, Administrada, Régimen de Bandas
- Convertibilidad y Dolarización
- Intervención de los BC (esterilizadas y no esterilizadas)
- Mecanismos de transmisión
- Nivel de reservas y estabilidad cambiaria

### **IV.- Mercados de Divisas**

- Mercado Internacional de Divisas. Caracterización, Evolución & Funciones.
- Estructura e Instituciones (agentes) del Mercado de Cambios. Nacional e Internacional
- Operaciones en los Mercados de Divisas. Mercados "Spot" y "Forward".
- Intermediación. Relación de Spreads y Profundidad de Mercado.
- de los mercados de cambio. “Arbitraje”, “Especulación” y “Paridades Cruzadas”.
  
- Determinación de las Tasas de Cambio Forward: Condiciones de “Paridad Internacional”
  - Teoría de Paridad de Tasas de Interés
  - Teoría de Paridad del Poder de Compra
  - Teorías de Fischer

- Evidencia empírica y capacidad de predicción de los Modelos de Paridad
- Mercados Forward y de Futuros de Divisas. Operatoria en Bolsas
- Riesgo de Crédito & Modelos de determinación de paridades
  - Spreads & Modelos de determinación de paridades
- Concepto de Tipo de Cambio Real
- de Cálculo del Tipo de Cambio Real
  
- Modelos para estimar la Tasa de Cambio (TC de Equilibrio)
  
- Mercados de Futuros Financieros. Futuros de Divisas. Operatoria en Bolsas.

#### **V.- Mercados de Renta Fija, Variable y Derivados**

- Valoración de instrumentos a Precio, Rendimiento y Descuento.
- Características y estructura de los Mercados. Determinantes de las tasas de interés.
- El valor del tiempo en el valor del dinero

#### **Instrumentos de inversión:**

##### **A.- De Renta Fija.**

- Instrumentos de Inversión de Riesgo Bancario: Depósitos, Certificados de Depósito, Aceptaciones Bancarias y Papel Comercial
- Letras, Notas y Bonos
- Caracterización, valoración, transacción
- Determinantes de su precio. Madurez, Cupón, Tasa de Interés (YTM)
- Conceptos de “Duración”, “Duración Modificada” y “Convexidad”
- Otras herramientas de medición de riesgo (Valor en Riesgo y T.E)

**B.- De Renta Variable.**

- Transados en bolsa: Domésticos y ADR's
- Valorización de Instrumentos de renta variable: Modelos CAPM

**C.- Derivados**

- Forwards de Monedas y de Tasas de Interés (FRA's)
- Swaps
- Futuros Financieros

**VI.- Análisis de Riesgos**

- Riesgos Financieros o de Mercado
- Riesgo de Tasa de Interés
- Riesgo de Paridades
- Riesgo de Liquidez
- Herramientas de evaluación y medición de riesgos financieros. Seguros.
- Riesgo de Crédito y Premios por Riesgo
- Concepto, Medición, Mitigadores (CDS's)
- Riesgos Políticos, de Operación y Reputación
- Mitigadores. Políticas de Inversión y Normas de comportamiento Institucional

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico**

Clases Presenciales

**Módulo II: Finanzas Internacionales**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico**

Prueba Escrita Individual (100%)

**Módulo II: Finanzas Internacionales**

Tarea Individual (40%) y Tarea Grupal (60%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico**, Profesor: Oscar Landerretche

**Módulo II: Finanzas Internacionales**, Profesor: Cristian Salinas

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Fundamentos del Análisis Macroeconómico**

- Felipe Larraín y Andrés Velasco, “Regímenes Cambiarios para Economías Emergentes”, en Cuadernos de Economía, Año 37, N°110, pp.101-137 (2000).
- De Gregorio José, “La Política Cambiaria”, Documentos de Política Económica, Banco Central de Chile, N°2, (2001).
- Ricardo Ffrench-Davis y Heriberto Tapia, “Tres Variedades de Políticas frente a la Abundancia de Capitales Externos en Chile”, en R. Ffrench-Davis (ed.) Crisis Financieras en Economías Emergentes Exitosas, McGraw-Hill-Interamericana, (2000).
- Mario Marcel et al, “Balance Estructural: la Base de la Nueva Regla de Política Fiscal Chilena”, Economía Chilena, volumen 4, N°3, (2001).
- Banco Central de Chile, “La Política monetaria del Banco Central de Chile en el Marco de las Metas de Inflación”, Santiago de Chile, (2007).
- Oscar Landerretche Gacitúa, “El fomento productivo en perspectiva: los fundamentos actuales de la CORFO”, Ed. CORFO, (2005)

**Módulo II: Finanzas Internacionales**

Los textos que se indican son de referencia general

- |                    |  |
|--------------------|--|
| 1. Sachs & Larraín | “Macroeconomía en la economía global”                  |
| 2. Frank Fabozzi   | “Mercado de Bonos, Análisis y Estrategias”. Cap 1 al 4 |
| 3. Frank Fabozzi   | “The Handbook of Fixed income Securities” Cap 3 y 6    |

3.- Weston & Copeland	“Finanzas en Administración” Cap. 1, 4, 6 y 7
4. Richard Levich	“International Financial Markets” Cap. 3 a 5 Mac Graw Hill
4. Alexander, Sharpe & Bailey	“Fundamentos de Inversiones” Cap. 19 al 22 Pearson
5. FMI Boletín Suplemento	“Septiembre 2012: dedicado al Fondo”
6. Appleyard & Field	“Economía Internacional” Cap. 18, 21 al 23 Mac Graw Hill
7. Cristian A. Salinas	“Apuntes de Clases” (Distribuidos)

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Diciembre 2013	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	--	-----------------------

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Espíritu y Ética Empresarial		SIGLA: MGE-473
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:40	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

### OBJETIVOS.

- Analizar el desarrollo empresarial y su proceso de internacionalización empresarial. Caracterizar el perfil del empresario.
- Entender el proceso de transformación de profesionales funcionarios en profesionales emprendedores.
- Aprender los conceptos de Ética en la empresa, la persona humana, centro de la visión ética de la actividad empresarial, las virtudes en el trabajo y la empresa.

Esta asignatura está conformada por tres módulos y un electivo<sup>2</sup>:

#### Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación

##### Objetivo General:

- This course explores the process of achieving agreement by deploying effective principles, strategies, theory, and tactics of negotiation. Additionally, this course will expose you to negotiation topics in a business setting and require you to apply your general business knowledge and sound negotiation acumen to achieve optimal outcomes.

##### Objetivos Específicos:

- Innovar en la aplicación de técnicas de negociación para resolver conflictos de distintos niveles.
- Mejorar las habilidades de pensamiento crítico mediante el desarrollo de estrategias de

<sup>2</sup> Detalle Electivos MBAUSM Anexo N° 9.

negociación y mediante la evaluación de opciones de negociación y los resultados. Desarrollar habilidades efectivas de negociación basado en la teoría y la práctica de sonido.

- Ganar confianza y habilidad como comunicador oral y escrita, al participar en juegos de rol de negociación, presentaciones y trabajos del curso.
- Explorar y debatir los temas éticos relacionados con las estrategias de negociación.
- La exposición de ganancia a las cuestiones que los administradores de impacto en un entorno global mediante el examen de los conflictos y la resolución negociada en un contexto empresarial.

## **Módulo II: Emprendimiento**

### **Objetivos Generales**

- Introducir los retos y las dificultades de financiamiento de nuevas empresas.

### **Objetivos específicos:**

- Aprender a identificar y valorizar oportunidades
- Conocer y comprender las fuentes de fondos de financiamiento que ofrece las condiciones más atractivas.
- Aprender a gestionar el crecimiento y la identificación de estrategias de crecimiento.

## **Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial**

### **Objetivos Generales:**

- Formar bajo los nuevos conceptos, enfocados hacia el desarrollo sostenible, de responsabilidad social empresarial (RSE), empresarios competitivos, conscientes de su papel de generadores de riqueza económica, social y medioambiental en Chile y en el mundo globalizado.

### **Objetivos Específicos:**

- Conocer las metodologías que existen para analizar, poner en práctica e informar sobre la responsabilidad social de las empresas.
- Desarrollar una aproximación gerencial y estratégica de la responsabilidad social.
- Entregar herramientas a usar para una buena implantación de la RSE en las etapas de diagnóstico, diseño de estrategias y programas, implementación, movilización y mejora continua

- Promover entre los estudiantes una cultura socialmente responsable y una actitud crítica frente a la RSE.

## **CONTENIDOS:**

### **Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación**

Instruction topics:

1. Defining Dispute Resolution; Negotiated Settlements
2. Setting Goals; Keeping Score
3. Understanding Interests
4. Best Alternative to Negotiated Agreement (BATNA)
5. **Negotiation Role Play: GI-Fix**
6. Interests vs. Positions
7. **Negotiation Role Play: Texoil**
8. Negotiation Tactics: Targets and Walkaway
9. Distributive Negotiations
10. **Negotiation Role Play: BioPharm-Seltek.**
11. Negotiation Tactics: Anchors (First Offers)
12. Integrative Negotiations
13. **Negotiation Role Play: New Car**
14. Mutual Gains
15. Resistant Points; Aspiration Points
16. **Negotiation Role Play: Player**
17. Integrative Negotiation Tactics
18. **Negotiation Role Play: Where's Alvin**
19. Ethics in Negotiations

### **Módulo II: Emprendimiento**

1. Introducción al Emprendimiento.
2. Analysis of ActualiSAP by groups
3. Analysis of E-Notebook by groups



4. Analysis of Buin-Zoo by groups
5. Analysis of Truz Mania by groups
6. Strategies for Future Growth

**Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial**

1. Estado actual e historia de la RSC
2. La RSE en Chile y el mundo.
3. Mirada estratégica de la RSE: RSE y D° Sostenible e Integración Social.
4. Ética en los Negocios y Gobierno Corporativo
5. Ámbitos de la RSE
6. Integrando programas de RSE en las empresas
7. Estándares Internacionales

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación**

This course is not a lecture course. This course utilizes a variety of teaching methods including concept development, role plays, events analysis, and class discussion. The class discussion relies on you to offer relevant insights and questions that stem from your understanding of course material, personal experiences, and current events.

**Módulo II: Emprendimiento**

Clases Presenciales

**Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación**

Participación en clase (50%) y Caso de Negociación (50%)

**Módulo II: Emprendimiento**

Discusión en clases y Participación en el Grupo de Trabajo (75%) y Proyecto (25%)

**Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial**

Desarrollo de Caso Grupal en Clases (100%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación,** Profesor: Benjamin King

Clases Presenciales

**Módulo II: Emprendimiento,** Profesor: Stephen Ferris

Clases Presenciales

**Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial,** Profesor: Javier Zulueta.

Clases Presenciales

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Habilidades y Estrategias de Negociación**

- Juegos de Rol aplicados en clase.

**Módulo II: Emprendimiento**

- Araneda, Aldo; “Exitosos emprendedores chilenos y su trayectoria, método de casos aplicado al emprendimiento”; Editorial Universidad Técnica Federico Santa María; 2010.

**Módulo III: Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social empresarial**

- Porter, Michael & Kramer, Mark; “Harvard Business Review América Latina, Estrategia y Sociedad”, Diciembre 2006
- “AA1000 - Stakeholder Engagement Standard; Final Exposure Draft 2011”; Editorial AccountAbility; 2008
- Comisión de las Comunidades Europeas; “Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”, Bruselas, 2001
- The Economist, “The Good Company - Article”; 20 Jun 2005.
- Tironi, Eugenio; Cavallo, Ascanio. “Comunicación Estratégica, Vivir en un mundo de señales”; Editorial Taurus Pensamiento; 2004.
- Global Reporting Initiative. RG, “Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad”, Versión 3.0, 2006

**ACTUALIZADO  
APROBADO**

Departamento de Industrias  
Diciembre 2010

**OBSERVACIONES:**

<b>FECHA</b>		
--------------	--	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Gestión Empresarial y Estrategias Corporativas	SIGLA: MGE-475
Prerrequisitos:	Créditos USM: Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:46	Horas Semanales Ayudantía: Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

- Entregar una visión global del negocio y la firma a partir de diversas herramientas modernas para el análisis de las gestiones.
- Generar las competencias para analizar, diseñar e implementar estrategias a nivel corporativo.

Esta asignatura consta de cuatro módulos:

**Módulo I: Business Simulation****Objetivos Generales:**

- Aplicar conocimientos de la toma de decisiones estratégicas de una empresa.
- Generar pensamiento estratégico para la toma de decisiones

**Objetivos Específicos:**

- Aplicar herramientas avanzadas de análisis de industria y compañía, necesarias para aumentar la competitividad de la firma.
- Implementar diferentes enfoques, conceptos y perspectivas sobre estrategia administrativa.
- Implementar decisiones estratégicas y así evaluar en forma práctica el impacto de éstas.

**Módulo II: Estrategias Corporativas****Objetivos Generales:**

- Aprender estructurar la estrategia de las empresas.
- Entregar perspectivas, conceptos, habilidades y herramientas relacionados a la forma en que una empresa define, incrementa, explota y mantiene su ventaja competitiva.

**Objetivos Específicos:**

- Aplicar herramientas avanzadas de análisis de país, industria y compañía, necesarias para aumentar la competitividad de la firma.
- Implementar diferentes enfoques, conceptos y perspectivas sobre estrategia administrativa.
- Identificar y comentar hechos contemporáneos en el campo de los negocios.
- Desarrollar e implementar un plan de acción enfocado a un aspecto estratégico particular.

### **Módulo III: Control de Gestión**

#### **Objetivo General:**

- Estudiar herramientas de control de gestión global y relacionada con el modelo de empresa y la estrategia de empresa.

#### **Objetivos Específicos:**

- Introducir diferentes modelos de control de gestión
- Conocer el cuadro de mando integral. Enfatizar la utilización de los elementos financieros y no financieros para la toma de decisiones de la empresa.
- Analizar y estudiar los problemas de descentralización y los impactos y consecuencias que originan en la estructura organizacional.

### **Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**

#### **Objetivo General:**

- Estudiar conceptualmente los modelos clásicos de crecimiento, vinculándoles con las visiones modernas de competitividad.

#### **Objetivos Específicos:**

- Entender cómo el crecimiento es una condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo
- Entender cómo afectan al desarrollo los problemas de desigualdad
- Comprender la relación entre los determinantes del desarrollo y las nociones de competitividad.

### **CONTENIDOS:**

#### **Módulo I: Business Simulation**

1. Introducción y Simulación Capstone.
2. Indicadores de Control de Gestión
3. Activación del módulo Recursos Humanos
4. Activación del módulo Marketing Avanzado
5. Activación del módulo TQM
6. Negociación de Salarios

### **Módulo II: Estrategias Corporativas**

- Bartlett, Christopher A; “Philips vs. Matsushita: A new century, a new round”, Publisher HBR; 2001.
- Ghemawat, Pankaj, Stephen P. Bradley & Ken Mark; “Situación de las tiendas Wall-Mart en 2003”; HBS, 2003.
- Ghemawat, Pankaj, Rukstad, Michael G. & Illes, Jennifer L; “Arcor: Global Strategy and Local Turbulence (Abridged)”; 2001
- Simons , Robert L. & Davila, Antonio; “Guidant Corporation: Shaping Culture Through Systems”; HBS 1998
- David J. Collis, Toby Stuart, Troy Smith; “Cadbury Schweppes: Capturing Confectionery”; HBS 2008.

### **Módulo III: Control de Gestión**

1. Control de Gestión
2. Globalización de los Negocios y el Control de Gestión
3. Naturaleza de los sistemas de gestión
4. Relación entre la estrategia y el control de gestión
5. Cuadro de Mando Integral

### **Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**

1. Competitividad
2. El Modelo de Porter
3. La crítica de Krugam
4. Indicadores de Competitividad
5. Desarrollo y Concepto de PIB
6. El modelo de Solow y extensiones
7. Panorama América Latina y evidencia empírica

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Business Simulation**

Juego de Simulación de Negocios. Trabajo en grupos con software de simulación e informes periódicos.

**Módulo II: Estrategias Corporativas**

Clases Presenciales y Casos Aplicados.

**Módulo III: Control de Gestión**

Clases Presenciales y Presentaciones.

**Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Business Simulation**

Evaluación de Pares (15%), Resultados Capstone (40%), Memoria a los inversionistas (25%) y Resultados de Práctica (20%)

**Módulo II: Estrategias Corporativas**

Informes de Casos (Individual) (30%) Presentación Grupal (50%) y Quizz (20%)

**Módulo III: Control de Gestión**

Caso Final Grupal (100%)

**Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**

Ensayo Final (100%)

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Business Simulation**, Profesor: Lionel Valenzuela y Jorge Machicado

**Módulo II: Estrategias Corporativas**, Profesor: Jaime Rubin de Celis

**Módulo III: Control de Gestión**, Profesor: Ignacio Belaustegui

**Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**, Profesor: Javier Scavia

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Módulo I: Business Simulation**

- Manual: “TEAM MEMBER GUIDE - Capstone Business Simulation”

**Módulo II: Estrategias Corporativas**

- Hitt, Ireland & Hoskinson, “Adiministración Estratégica: Competitividad y Concepto de Globalización”, Prentice Hall, 2004
- Hill, C. & Johns, G., “Administración Estratégica: un enfoque integrado”, McGraw Hill, 2005
- ohnson, G. & Scholes, K., “Dirección estratégica”, Pearson Education, 2001
- Thompson, A. & Strickland III, A. J., “Administración Estratégica: Conceptos y Casos”, McGraw Hill, 2004

**Módulo III: Control de Gestión**

- Anthony, R.N.: Govindarajam, V. (2006) Sistemas de Control de Gestión Editorial Mc Graw Hill.
- Amat, JM (2006) El control de gestión una perspectiva de dirección Editorial Gestión 2000.
- García del Junco y Casanueva Rocha (2007) Gestión de empresas, enfoque y técnicas Editorial Pirámide.
- Muñiz Luis (2006) Como implementar un sistema de control de gestión Editorial gestión 2000.

**Módulo IV: Gestión Empresarial y Competitividad Corporativa**

- Paul R. Krugman (1996), Making Sense of the competitiveness debate, Oxford review of economic policy, VOL. 12, NO. 3
- A new perspective on the competitiveness of nations, Original Research Article Socio-Economic Planning Sciences, Volume 42, Issue 4, December 2008, Pages 221-246 Şule Önsel, Füsun Ülengin, Gündüz Ulusoy, Emel Aktaş, Özgür Kabak and Y. İlker Topcu
- G. Mankiwi, Macroeconomía, Ed. A. Bosch, 5ta edición.

<b>ACTUALIZADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	----------------------------	-----------------------





**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Seminario de Gestión Empresarial		SIGLA: MGE-490
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:6
Horas Semanales Cátedra:	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVO:**

- Entregar al estudiante una visión del estado del arte en tópicos relacionados con gestión empresarial

Esta asignatura se compone de dos módulos y dos electivos:

**Módulo I: Business Intelligence**

**Objetivo General:**

Business intelligence (BI) is a generalized term inclusive of the combination of software tools, architectures, databases, models and methodologies used to facilitate managerial action toward business objectives. This course is intended to provide students with an understanding of the principles of decision making in organizations, an appreciation of the concepts of BI systems including decision support systems (DSS) across various disciplinary areas, and the acquisition of basic skills in the construction of DSS/BI systems. This course is suitable for students with minimal information systems background since students are introduced to the fundamentals of decision making and BI.

Managers must increasingly rely on computer based support systems that range from stand-alone software applications on personal desktops to Web-enabled distributed systems for collaborative use at multiple locations across business units. More and more business intelligence systems incorporate the use of the Internet to deliver highvalue performance outcomes to decision makers across large geographically dispersed areas.

BI systems incorporate computer-based applications such as decision support systems (DSS) to support decision making, business performance management (BPM) to monitor and analyze performance within and across business units, and intelligent decision

support systems (IDSS) to integrate knowledge from experts. Collectively, the technologies that support decision makers are called management support systems (MSS).

This course introduces the fundamentals of decision making and the tools, technologies and models which enhance decision making in a business environment. As well, the social issues associated with the implementation of BI such as the trend towards a “digital divide” as well as the principal ethical and legal issues are explored.

**Objetivos Específicos:**

Upon satisfactory completion of the course, students will be equipped with the knowledge and skills to:

1. Understand how computer-based information systems can support managerial decision making and problem solving in the contemporary business world;
2. Recognize the latest technologies, collectively termed management support systems (MSS), tools and models which are available to assist in managerial decision making;
3. Appreciate existing business intelligence systems (BI) and decision support systems (DSS) principles and practices;
4. Acquire a working knowledge of how BI/DSS systems are constructed and how such systems are integrated into the corporate environment;
5. Improve conceptual, problem solving, and decision making abilities;
6. Improve interpersonal skills through teamwork as well as oral and written communication skills;
7. Appreciate the societal, ethical and legal issues associated with the integration of MSS in enterprises.

**Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**

**Objetivo General:**

- Identificar diferentes factores que impactan la forma en que las organizaciones desarrollan competencias para alcanzar niveles de desempeño de clase mundial.

**Objetivo Específicos:**

- Entregar tópicos fundamentales en Supply Chain Management, en particular en la industria de retail, desde la perspectiva de una compañía de clase mundial.

**CONTENIDOS:**

**Módulo I: Business Intelligence**

1. Introduction to Business Intelligence
2. Enterprise Infrastructure Evaluation
3. Project Requirement Definition
4. Data Analysis
5. Application Prototyping
6. Meta Data Repository Analysis
7. Database Design
8. Data Mining
9. Meta Data Repository Development

**Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**

1. Pronóstico de demanda
2. Respuesta Rápida
3. Vendor Managed Inventory (VMI)
4. Logística de Entrada
5. Logística de Salida
6. Distribución
7. Logística Inversa

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Módulo I: Business Intelligence**

Due to the brevity of the course, the structure and content are fluid; we will move rapidly and as such students should have the cases read ahead of time. The instructor will use the cases in each of the periods to highlight terms and concepts. As a group we will explore and develop the cases to reach an understanding of the content.

**Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**

Clases Presenciales

**Módulo III: Electivo III<sup>3</sup>, Dirección Estratégica**

Clases Presenciales

**Módulo IV : Electivo IV<sup>4</sup>**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Módulo I: Business Intelligence**

We will keep your score by measuring how well you perform in such areas as creativity (formulating, diagramming, and presenting an original business case), applying analytical concepts, and generalizing and applying concepts from the entire course. Specifically your grade will be determined by:

**Topic Points**

Individual Case Study 25

Group Assignment 50

Participation 25

**Total Points 100**

**Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**

- Caso asignado a cada alumno
- Textos de estudio
- Contenido de presentaciones

---

<sup>3</sup> Detalle Electivos MBAUSM Anexo N° 9.

<sup>4</sup> Detalle Electivos MBAUSM Anexo N° 9.

### **INDICACIONES PARTICULARES:**

**Módulo I: Business Intelligence**, Profesor: Marcel Minutolo

Clases Presenciales

**Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**, Profesor: Arturo Campos

Clases Presenciales, No existe posibilidad para rendir exámenes recuperativos, reevaluaciones o proyectos especiales.

### **BIBLIOGRAFÍA:**

#### **Módulo I: Business Intelligence**

- I will use Duhigg, C. (2012). The Power of habit: Why we do what we do in life and business. Random House: New York, New York.
- Lucas, P., Ballay, J., and McManus, M. (2012). Trillions: Thriving in the emerging information ecology. Wiley: Hoboken, N.J.
- Moss, Larissa T. and Atre Shaku (2003), Business Intelligence Roadmap: The Complete Lifecycle for Decision-Support Applications, Addison-Wesley Publishers, as the foundation of the course.

#### **Articles and Cases**

- Airinei, D. and Berta, D. (2012). Semantic business intelligence – A new generation of business intelligence. Informatica Economic. 16(2): 72 – 80.
- Business Intelligence Strategy at Canadian Tire, Nicole R.D. Haggerty; Darren Meister, 903E19-PDF-ENG
- Chaudhuri, S. Dayal, U., and Narasayya, V. (2011). An Overview of Business Intelligence Technology. Communications of the ACM, 54(8), 88-98.
- Crane, A. (2005). In the company of spies: When competitive intelligence gathering becomes industrial espionage. Business Horizons. 48: 233-240.
- Hurt, S. and Hurt, M.J. (2009). SAS: leadership in business intelligence. NA0103 Kiron, D. and Shockley, R. (2011). Creating business value with analytics.

SMR403.

- Marinez-Jerez, F.A. and Miller, K. (2008). Bancaja: Developing customer intelligence (A). 9-107-055.

### **Módulo II: Operaciones de Clase Mundial**

- Chopra, Sunil & Meindl Peter; “Supply Chain Management, Strategy, Planning and Operations”; 4º edición; Ed. Prentice Hall; 2009.
- Simchi-Levi, David, Kaminsky, Philip & Simchi-Levi, Edith; “Designing and Managing the Supply Chain. Concepts, Strategies and Cases Studies”, 3º Ed; Editorial McGraw Hill; 2007.

<b>ACTUALIZADO</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		
<b>FECHA</b>	Diciembre 2010	

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:****Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres****Objetivo del Módulo:**

Familiarizar a los estudiantes con los marcos teóricos que se utilizan para el análisis de las amenazas antropogénicas y naturales y los desastres que ellas pueden ocasionar.

**Electivo, Introducción a la Economía política de los desastres****CONTENIDOS:**

- Aspectos metodológicos y conceptuales
- Prevención y no solo respuesta a desastres
- Amenazas Exógenas y vulnerabilidades endógenas

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:****Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres**

Prueba escrita de selección múltiple que se tomará ese mismo día, inmediatamente después de las clases, la que estará fundamentalmente centrada en los tópicos destacados durante las clases.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres;** Profesor; Oscar Landerretche.

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Introducción a la Economía política de los desastres**

- CEPAL; “Aspectos Metodológicos y Conceptuales”, Manual de Estimación de los Efectos Socioeconómico y Ambiental de los Desastres, Primera Parte, pp.11-40, 2001.
- BID; “La gestión del riesgo de desastres en una perspectiva de desarrollo”. Prevención y no sólo respuesta a desastres, Documento complementario a la Política sobre gestión del riesgo de desastres, pp. 3-14: El grado de riesgo en América Latina y el Caribe; Vulnerabilidad; Los desastres y la pobreza; El posible impacto de los desastres en la misión del BID; Invertir para reducir la vulnerabilidad; 2007.
- BID; “Prácticas Actuales”. Prevención y no sólo respuesta a desastres, Documento complementario a la Política sobre gestión del riesgo de desastres, pp. 15-27: Prácticas en los países prestatarios; Práctica del Banco; Medidas que se deben adoptar en el futuro; 2007.
- Landerretche G, Oscar; “Amenazas Exógenas y Vulnerabilidades Endógenas: terremotos, crisis internacionales y desarrollo” (Documento de Trabajo en proceso, no citar) Instituto de Asuntos Públicos de la Universidad de Chile (INAP) Santiago, 26.04.10, 36 pp.; 2010.

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Abril 2010

**OBSERVACIONES:**  
Ultima vez que se dictó abril  
2012



	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:****Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito****Objetivo del Módulo:**

En este curso se entregaran conceptos básicos que un ejecutivo de cuentas Bancar Maneja, con énfasis en el proceso de crédito, aplicando las disposiciones contenidas en la L General de Bancos y en las Normas que imparte la Superintendencia de Bancos e Institucion Financieras.

Conocer el negocio bancario y sus principales productos, como también la operatividad d proceso de crédito, garantías, provisiones, bajo el modelo de análisis individual y los principal elementos de una cobranza judicial.

**Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito**

**CONTENIDOS:**

- 1.- Los bancos y su entorno.
  - 1.1 Introducción a la banca.
  - 1.2 Definición del entorno bancario.
  - 1.3 Sistemas de entorno.
  - 1.4 Banco Central
  - 1.5 Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.
  - 1.6 Mercado Financiero y sus elementos básicos.
- 2.- La actividad bancaria.
  - 2.1 Los bancos.
  - 2.2 La Ley de Bancos. (DFL3)
  - 2.3 Productos y servicios bancarios.
- 3.- Riesgos en la actividad bancaria.
  - 3.1 Concepto de riesgo en la actividad bancaria.
  - 3.2 Administración de riesgo bancario.
  - 3.3 Principales riesgos bancarios.
  - 3.4 Riesgo de crédito y del proceso de crédito.
- 4.- Gestión del proceso de crédito.
  - 4.1 El sistema de crédito bancario.
  - 4.2 Proceso de crédito, elementos y etapas.
  - 4.3 Gestión de garantías.
  - 4.4 Clasificación de cartera de deudores.
  - 4.5 Elementos básicos de la cobranza judicial.

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito**

Se realizará una clase expositiva, con un marco teórico - práctico. Se incentivará la participación individual y grupal.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito**

Se realizarán dos evaluaciones, un caso individual y/o grupal con una ponderación del 60% y una evaluación final con una ponderación del 40%.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito; Profesor; Jaime Marchant**

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Gestión Bancaria y Proceso de Crédito**

- Ley de Banco DFL 3 del año 1997 y sus modificaciones.
- Compendio de Normas de Superbancos. (SBIF)
- Una nueva visión del riesgo de crédito. Javier Márquez. Limusa.
- Apuntes del Profesor.

El material de apoyo no constituye el único material de estudio, sólo representa un hilo conductor que deberá ser complementado, necesariamente, con lecturas obligatorias de la bibliografía más la participación activa en clases y la investigación y estudio personal.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Junio 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se ofreció Octubre 2013
---	--	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra:6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:****Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I****Objetivo del Módulo:**

Mejorar la eficiencia energética es actualmente uno de los desafíos más interesante que enfrentamos hoy como sociedad y sin duda el buen aprovechamiento de la energía puede generar beneficios muy atractivos en el corto plazo y sostenibles cuando son bien manejados. Aprovechar esta oportunidad para mejorar la eficiencia dependerá de cómo se aborda esta problemática y de los conocimientos técnicos que se posean.

**Objetivo Específico:**

Sensibilizar al estudiante técnicamente con esta problemática y a entender el rol fundamental que puede jugar un gerente en la buena gestión de la energía y en la conservación del medio ambiente.

**CONTENIDOS:****Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I**

Tema 1. Apreciación General

Tema 2. Aspectos Técnicos

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:****Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I**

Trabajo Grupal mediante el análisis de casos de la literatura. Diferentes tipos de fuentes de energía (convencional y alternativos) deberán ser estudiados incluyendo los efectos medio ambientales y las políticas existentes tanto locales como internacionales relativas a la huella de carbono.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo I, Introducción al Manejo eficiente de la energía I**, Profesor, Andrés Fuentes.

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Introducción al Manejo eficiente de la energía I**

1. Turner W., Energy Management Handbook, 6ta Ed. 2006.
2. Velasco, J., Energías Renovables, 1ra Ed. 2009.
3. Sáez. A. “Manual De Energía: Electricidad Y Gas Natural”, 1ra Ed. 2003.  
<http://www.cne.cl/cnewww/opencms/>

**Comisión Nacional de Energía, Chile**

<http://www.ppee.cl/>

**Programa País de Eficiencia Energética, Chile**

<http://www.sustenergy.org/tpl/page.cfm?pageName=home>

**Comisión Europea de Energía (varios idiomas), UE**

<http://www.rmi.org/>

**Rocky Mountain Institute (en inglés), USA**

<http://www.retscreen.net/es/centre.php>

Software de Análisis de Proyectos de Energía Limpia RETScreen

<p><b>ELABORADO APROBADO FECHA</b></p>	<p>Departamento de Industrias</p> <p>Octubre 2009</p>	<p><b>OBSERVACIONES:</b></p> <p><b>Este módulo es pre-requisito de Electivo: Manejo eficiente de la energía II</b></p>
--	---	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Seminario de Eco Marketing		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:****Electivo: Seminario de Eco Marketing****Objetivo del Módulo:**

El propósito de este curso es examinar los desafíos y oportunidades que encuentran las empresas con la integración de la sustentabilidad ecológica en sus estrategias de negocio. Esta será una oportunidad para examinar algunas de las últimas tendencias del marketing ecológico con respecto a la protección ambiental, utilización de recursos naturales, y oferta de productos de alto valor social.

**Objetivo General:**

El objetivo central de este seminario será el de entender como una empresa debe operar de forma a satisfacer sus tres objetivos: contribución financiera, prosperidad social, y calidad ambiental.

**CONTENIDOS:****Electivo: Seminario de Eco Marketing**

Enfoque: La Cadena de Valor Sostenible y la Responsabilidad Corporativa

Análisis Caso Plantar S.A.

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:****Electivo: Seminario de Eco Marketing**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Seminario de Eco Marketing**

Informe de Caso: 25%

Participación en clase (discusión de caso y lecturas): 35%

Examen Final: 40%

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Seminario de Eco Marketing :** Profesor John Zerio.

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Seminario de Eco Marketing**

- Antolin, Mariano y Gago, Roberto; “Responsabilidad Social Corporativa: La Ultima Innovación de Management”, Universia Business Review; 2004
- Bigne-Alcaniz, E. y R. Curras-Perez; “Influye la Imagen de Responsabilidad Social en la Intencion de Compra?. El papel de la Identificación del consumidor en la Empresa”; Universal Business Review, número 019; Madrid; 2008.
- Beltran, L.S., Lobera M.E.S., Morales, L.F.B; “Consumo Orgánico y Conciencia Ambiental de los Consumidores”; Revista Latinoamericana de Economía; 2008.

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias

Diciembre 2009

**OBSERVACIONES:**

Se dictó hasta octubre  
2012

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

<b>ASIGNATURA:</b> Electivo : Global Business-to-Business Marketing		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT: 1</b>
<b>Horas de Cátedra: 6</b>	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

**Electivo : Global Business-to-Business Marketing****OBJETIVOS:****Objetivo del Módulo:**

En el área de B-to-B (negocio a negocio) la estrategia de mercadotecnia esta íntimamente relacionada con la estrategia de la unidad estratégica de negocios. Casi todas las decisiones de marketing tienen implicaciones inter-funcionales. Este seminario enfatiza el *management* de relaciones a largo plazo con los clientes finales y los distribuidores dentro de un modelo de creación de valores. La creación y maximización de valor son conceptos centrales tanto desde el punto del consumidor final como del proveedor.

**Objetivo General:**

El proceso de definición y creación de valor para el cliente enfrenta un desafío especial con el advenimiento de la economía digital. A pesar de que los fundamentos principales no han variado, la manera en que se manejan las relaciones comerciales ha cambiado. Una parte importante del seminario se centrará en los principios y procesos de marketing digital.



**CONTENIDOS:**

**Electivo : Global Business-to-Business Marketing**

Tema 1

Elementos Críticos/Fundamentales de La Administración de Relaciones con Clientes

Lectura: Bonoma, J. “*Major Sales: Who Really Does the Buying,*” HBR, Mayo/Junio 1982

Caso 1: Columbia Industries, Inc.

Tema 2

Nuevas Modalidades de Relacionamiento: Marketing Digital

Lectura: B2B Digital Relationships (Marketing Profs)

Caso 2: Hubspot: Inbound Marketing

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo : Global Business-to-Business Marketing**

Clases Presenciales, la asistencia a clase y la participación oral en los temas a debatir son los factores que determinarán la calificación por “participación en clase”.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo : Global Business-to-Business Marketing**

Calificación Final:

35% - Participación en clase (discusión)

25% - Informe de caso y actividades en clase

40% - Examen Final

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Global Business-to-Business Marketing; Profesor John Zerio.**

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo : Global Business-to-Business Marketing**

- Lectura: Bonoma, J. “*Major Sales: Who Really Does the Buying,*” HBR, Mayo/Junio 1982
- Lectura: B2B Digital Relationships (Marketing Profs)

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Marzo 2013	<b>OBSERVACIONES:</b>
---	--	-----------------------



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo: Marketing de Servicios		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT:
Horas de Cátedra:	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Marketing de Servicios**

**OBJETIVOS:**

**Objetivo del Módulo:**

El propósito de este curso es ayudar a entender las características especiales del mundo de los servicios y de las peculiaridades en la aplicación de los conceptos de marketing en este tipo de empresas, que actualmente representan sobre el 60% del PIB en Chile.

**Objetivo General:**

El objetivo general de este curso es permitir al alumno la aplicación de los conceptos y herramientas de marketing a situaciones muy precisas que enfrentan las empresas de servicios, y en particular, a entender la relevancia de las peculiaridades del marketing de servicio en el desarrollo de estrategias y planes de mercadeo desde una perspectiva gerencial.

**Electivo: Marketing de Servicios**

**CONTENIDOS:**

1. Introducción a los servicios.
2. Diferencias fundamentales entre bienes y servicios.
3. Continuo tangible-intangible.
4. Modelo molecular.

5. Proceso de Servucción.
6. Peculiaridades de los servicios que impactan el marketing y cómo encararlos.
7. Marketing relacional.
8. Satisfacción y lealtad de clientes.
9. Medición y gestión de la calidad de servicio.

**Electivo: Marketing de Servicios**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Se realizarán clases lectivas teórico-prácticas y se analizará caso de estudio. Se espera que el alumno que toma este curso dedique unas horas fuera de clases a preparar sus obligaciones académicas y que esté dispuesto a contribuir con su participación activa en clases. Con tal objeto se solicitará formar grupos, los que deberán trabajar en la preparación, presentación y en la discusión de un caso de estudio.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Marketing de Servicios**

Se evaluará la presentación y defensa grupal de caso durante la clase.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Marketing de Servicios; Profesor Raúl Aleo.**

**Electivo: Marketing de Servicios**

**BIBLIOGRAFÍA:**

1. “Marketing de servicios”, V. Zeithaml y Bitner. 2ª Edición Editorial Mc Graw Hill.
2. “Servucción del marketing de servicios”, Erich Langeard. Editorial Mc Graw Hill.

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Abril 2013

**OBSERVACIONES:**  
Última vez que se dictó  
Octubre 2013



	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

<b>ASIGNATURA:</b> Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT:</b>
<b>Horas de Cátedra: 6</b>	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador**

**OBJETIVOS:**

**Objetivo del Módulo:**

El propósito de este curso es familiarizar a los estudiantes con el debate internacional sobre el desarrollo productivo y exportador, con especial referencia a los problemas que se plantean en América Latina.

**Objetivo Específicos:**

- Conocer la experiencia de países exitosos en materia de desarrollo económico reciente, sus estrategias de desarrollo productivo y exportador y la manera institucional de abordarlas.
- Comparar el desempeño de esos países con el de los países de América Latina.
- Identificar los aspectos institucionales y las orientaciones fundamentales que podrían tener las estrategias de desarrollo productivo y exportador en América Latina.

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador**

**CONTENIDOS:**

1. Introducción.
2. Sobre la inserción Internacional de América Latina.
3. Comercio y Crecimiento.
4. Dinámica exportadora de América Latina y patrones de inserción externa.

- |    |  |
|----|--|
| 5. | Políticas de Desarrollo Productivo.  |
| 6. | Políticas de diversificación económica. Estrategia y Alianza Público-Privadas. |

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Presenciales

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Una Prueba de Selección Múltiple

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador;** Profesor Oscar Landerretche

**Electivo: Estrategias de Desarrollo Productivo y Exportador**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Devlin, Robert y Moguillansky, Graciela (2009) “Alianzas público-privadas como estrategias nacionales de desarrollo a largo plazo, **Revista CEPAL** N°97, abril, pp.97-116 (20 pp.).
- Machinea, José Luis y Vera, Cecilia (2007) “Inserción internacional y políticas de desarrollo productivo”, Capítulo X de **Visiones del Desarrollo en América Latina**, CIDOB-CEPAL, pp.341-405 (65 pp.).
- Rodrik, Dani (2005) “Políticas de diversificación Económica”, **Revista CEPAL** N°87, Diciembre, pp. 7-23 (17 pp.)

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Marzo 2013

**OBSERVACIONES:**  
Ultima vez que se dictó  
octubre 2013

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

### **OBJETIVOS:**

#### **Objetivos del Módulo:**

El curso se ha diseñado con el propósito de complementar los temas tratados en la Asignatura Espíritu y Ética Empresarial, contribuyendo a fortalecer las destrezas del Líder. El curso sensibiliza a los participantes respecto a los conceptos de colaboración, influencia y persuasión. A través del desarrollo de competencias particulares se promueve el hábito de construir colaboración y cooperación con otras personas, especialmente aquellos que trabajan en nuestro equipo, lo que mejora su rendimiento y el logro de los objetivos de la Organización.

#### **Objetivo General:**

Los principales objetivos del curso son: Practicar habilidades de comunicación y asertividad; reconocer la importancia de la empatía y de las relaciones interpersonales; conocer y aplicar estrategias y tácticas de influencia con integridad y conceptos como el sentido de la colaboración, el poder y la autoridad; desarrollar habilidades de retroalimentación, relaciones interpersonales, persuasión y reconocimiento para aprovechar las fortalezas de cada persona, potenciándolas a favor del grupo.



**Objetivos Específicos:**

- Incrementar la predisposición al aprendizaje.
- Aprovechar las fortalezas de cada persona en beneficio del grupo.
- Aumentar la colaboración entre los miembros del grupo y entre las personas a través de la comunicación asertiva y la persuasión.
- Manejar herramientas para influir positivamente en nuestra organización y en las personas que nos rodean.
- Identificar y aplicar las variables que promueven las relaciones interpersonales eficaces al interior del equipo de trabajo y practicar el reconocimiento.

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

**CONTENIDOS:**

**Módulo II: Electivo II Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

- Introducción
- Habilidades para Escuchar Empáticamente y Responder Asertivamente:
- Influencia con Integridad
- Coaching y Corrección de Errores
- Motivación y Reconocimiento
- Resumen y Conclusiones

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Presenciales

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

La evaluación final del Curso se efectuará sobre la base de las siguientes actividades y ponderaciones:

**Participación en clase y presentaciones individuales: 30%**

Parte importante del curso estará dada por la activa participación en clases

La evaluación de su desempeño en clase será realizada en forma “subjetiva” por el profesor, el que buscará ser consistente y justo con relación a los demás estudiantes del curso y que se basará en: Su activa participación voluntaria en las discusiones en clases Su trabajo en ejercicios y role play durante la clase. Sus presentaciones y charlas individuales.

**Trabajo Final: 70%**

Parte de la evaluación del curso incorporará un trabajo escrito en grupo sobre una investigación asignada. El objetivo de ésta será evaluar el grado de aprendizaje de los conceptos teóricos expuestos y practicados en clase. Todos los estudiantes deberán cumplir este requisito.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión,** Profesor: Augusto Coello.

**Electivo: Construyendo Colaboración a través de la Comunicación, influencia y persuasión.**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Rudolph F. Verderber y Kathleen S. Verderber; “Comunícate“, 11 Ed. International Thomson Editores, México 2005.
- Fonseca Yerena, María del Socorro “Comunicación Oral. Fundamento y Práctica Estratégica”; Editorial Pearson-Prentice Hall 2005

- Ronald B. Adler y Jeanne Marquardt Elmhorst, “Comunicación Organizacional”. McGraw Hill 2005.
- Robert N Lussier & Christopher F. Achua; “Liderazgo“, Editorial Thomson. 2005
- John M. Ivancevich, Robert Konopaske, Michael T. Matteson; “Comportamiento Organizacional“. Editorial McGraw Hill, 7ª Edición 2006
- David A. Whetten & Kim S. Cameron. “Desarrollo de Habilidades Directivas”; Editorial Pearson.Prentice Hall .2005
- Hughes, Ginnett, Curphy ; “Liderazgo, cómo aprovechar las lecciones de la experiencia”; McGraw Hill, 5ª Edición 2007
- Ronald A. Heifetz; “Liderazgo sin Respuestas Fáciles”; Editorial Paidós. 1997

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias  Diciembre 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó octubre 2013
---	--	---

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:****Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial****Objetivos del Módulo:**

El objetivo de este curso electivo es analizar la importancia de la cooperación empresarial con otras organizaciones (empresas, asociaciones gremiales, universidad y gobierno) para desarrollar innovaciones tecnológicas y no tecnológicas.

**Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial****CONTENIDOS:****Características de las empresas innovadoras**

- Tipos de innovaciones (tecnológicas y no tecnológicas)
- Interrelaciones entre tipos de innovaciones
- Determinantes de la innovación y la cooperación con otras organizaciones
- Análisis de caso
- Lecciones para managers

**Modelos de cooperación para la innovación:**

- ¿Por qué cooperar para innovar?
- Revisión de enfoques teóricos: Sistemas regionales de innovaciones, cluster y triple hélice
- ¿Con quienes cooperar para innovar?

- Análisis de caso
- Lecciones para managers

**Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Para lograr el objetivo del curso se revisaran distintas perspectivas teóricas y se analizan casos que permiten generar lecciones para managers. Para esto se realiza una clase expositiva, trabajo en equipos para analizar los casos de estudios y discusión en clases.

**Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

La evaluación del curso se realizará por medio de la realización de un trabajo en equipos que consiste en aplicar los elementos discutidos en clases a una de las empresas u organizaciones que trabajan los alumnos.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial; Profesor: Cristian Geldes**

**Electivo: Innovación y Cooperación Empresarial**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Chang, H. 2010. El modelo de la Triple Hélice como un medio para la vinculación entre la universidad y empresa. Revista Nacional de Administración (Costa Rica). 1(1), pp. 85-94.
- Cooke, P. 2007. Regional innovation, entrepreneurship and talent systems. Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Vol. 7, N° 2/3/4/5, pp. 117-139.
- Crossan, M. and Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. Journal of Management Studies, Vol. 47. pp 1154-1191.
- Geldes, C. y Felzeinsztein, C. 2013. Innovación en marketing en el sector de

agronegocios. Academia. Revista Latinoamericana de Administración (se publicará en julio).

- Felzensztein, C., Gimmon, E. y Aqueveque, C. 2012. Cluster or un-clustered industries? Where inter-firm marketing cooperation matters. Journal of Business and Industrial Marketing. Vol. 27, Iss: 5, pp 392-402.
- Mothe, C. y Nguyen, T. (2012). Non-technological and technological innovations: do services differ from manufacturing? An empirical analysis of Luxemburg firms. International Journal of Technology Management. Vol. 57 (4), pp. 227-244.
- Ozman, M., 2009. Inter-firm networks and innovation: a survey of literature. Economics of Innovation and New Technology, 18: 1, pp. 39 – 67.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Septiembre 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Primera vez que se dicta octubre 2013
---	---	---



ASIGNATURA: Electivo : Resolución positiva de conflictos y desacuerdos		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos****OBJETIVOS:****Objetivos del Módulo:**

Hoy en día la complejidad de nuestras relaciones dan lugar a que en diferentes ocasiones nos veamos inmersos en conflictos y desacuerdos. En el curso veremos una metodología para resolver estas situaciones.

**Objetivo General :**

- El objetivo de este curso electivo es entender porque se generan los conflictos, conocer sus consecuencias y poder hacer un análisis objetivo.
- Aprender del conflicto e identificar las causas.
- Prevenir conflictos y resolverlos.

**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos****CONTENIDOS:**

- 1.-Comprender los conflictos.
- 2.-Causas.
- 3.-Métodos y técnicas de resolución. El método del Harvard Negotiation Project.
- 4.-Métodos alternativos: mediación, conciliación y arbitraje.
- 5.-La cultura de la colaboración.

**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos****METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Para lograr el objetivo del curso se revisaran distintas perspectivas teóricas y se analizan casos que permiten generar lecciones para managers. Para esto se realiza una clase expositiva, trabajo en equipos para analizar los casos de estudios y discusión en clases.

Sesiones de trabajo muy practicas. El 80% del curso se desarrolla con el diagnóstico, planificación con ejercicios para diagnosticar, planificar y preparar la resolución de conflictos.

Realización de ejercicios, casos prácticos y simulaciones de diferentes conflictos y disputas de ámbito personal, profesional y empresarial.

Clarificación de asuntos clave, identificación de partes interesadas, conocimiento de patrones de comportamiento.

Análisis de la estructura de resolución de problemas, diseño de un plan de acción, ejecución y evaluación de resultados.

**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Resolución de ejercicios y casos prácticos y nivel de participación de clases.

**INDICACIONES PARTICULARES:**


**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos:** Profesor: Leopoldo Alandete

**Electivo: Resolución positiva de conflictos y desacuerdos**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- William Ury. Supere el no. Como negociar con personas que adoptan posturas inflexibles. Editorial Gestión 2.000.
- William Ury, Roger Fischer, Bruce Patton. Obtenga el sí, el arte de negociar sin ceder. Editorial Gestión 2.000.
- William Ury. Alcanzar la paz Resolución de conflictos y mediación en la familia, el trabajo y el mundo. Editorial Gestión 2.000.



<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias  Marzo 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó octubre 2013
	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>	

ASIGNATURA: Electivo: Manejo eficiente de la energía II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas Semanales Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II****OBJETIVOS:****Objetivo del Módulo:**

Mejorar la eficiencia energética es actualmente uno de los desafíos más interesante que enfrentamos hoy como sociedad y sin duda el buen aprovechamiento de la energía puede generar beneficios muy atractivos en el corto plazo y sostenibles cuando son bien manejados. Aprovechar esta oportunidad para mejorar la eficiencia dependerá de cómo se aborda esta problemática y de los conocimientos técnicos que se posean.

**Objetivo Específico:**

Sensibilizar al estudiante técnicamente con esta problemática y a entender el rol fundamental que puede jugar un gerente en la buena gestión de la energía y en la conservación del medio ambiente.

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II****CONTENIDOS:**

Tema 3: Eficiencia Energética y Nuevas Fuentes de Energía

Tema 4: Estudio de Casos

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II****METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Presenciales

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Trabajo Grupal mediante el análisis de casos de la literatura. Diferentes tipos de fuentes de energía (convencional y alternativos) deberán ser estudiados incluyendo los efectos medio ambientales y las políticas existentes tanto locales como internacionales relativas a la huella de carbono.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II:** Profesor: Andrés Fuentes.

**Electivo: Manejo eficiente de la energía II**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Turner W., Energy Management Handbook, 6ta Ed. 2006.
- Velasco, J., Energías Renovables, 1ra Ed. 2009.
- Sáez. A. “Manual De Energía: Electricidad Y Gas Natural”, 1ra Ed. 2003.

<http://www.cne.cl/cnewww/opencms/>

**Comisión Nacional de Energía, Chile**

<http://www.ppee.cl/>

**Programa País de Eficiencia Energética, Chile**

<http://www.sustenergy.org/tpl/page.cfm?pageName=home>

**Comisión Europea de Energía (varios idiomas), UE**

<http://www.rmi.org/>

**Rocky Mountain Institute (en inglés), USA**

<http://www.retscreen.net/es/centre.php>

**Software de Análisis de Proyectos de Energía Limpia RETScreen**

**ELABORADO**

Departamento de Industrias

**OBSERVACIONES:**

<b>APROBADO</b> <b>FECHA</b>		Este electivo tiene como pre-requisito Manejo eficiente de la energía I
---------------------------------	--	---

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Neuroliderazgo		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

### **Electivo: Neuroliderazgo**

#### **OBJETIVOS:**

##### **Objetivos del Módulo:**

Con los últimos descubrimientos de la neurociencia en seres humanos se ha abierto un espacio increíble para integrar los mayores y mejores conceptos de las teorías sobre Desarrollo Organizacional. La neurociencia a través del Neuroliderazgo logra una nueva perspectiva del desarrollo humano y más aún sobre el funcionamiento de seres humanos en una comunidad social.

##### **Objetivo Específico:**

Esta visión es holística y una vez que los estudiantes hayan captado su simplicidad entraran a un nuevo paradigma para auto desarrollarse tanto en el trabajo como con la familia y en cualquier ámbito donde deseen prosperar y mejorar la calidad de vida virtuosamente.

**Electivo: Neuroliderazgo**

**CONTENIDOS:**

1. Teoría de Pensamiento Crítico y prácticas experienciales; la base teórica y neurocientífica de la propuesta de la OCDE para Chile. El flujo de virtuosidad intelectual del hombre.
2. Teoría del Conocimiento Profundo; el marco de referencia filosófico que utilizan todos los académicos, autores contemporáneos para fundamentar sus propuestas( Decenas de ejemplos y discusión)
3. La evaluación de desempeño de 360 grados y su base neurocientífica para lograr alto desempeño individual y colectivo.
4. El consciente humano cuántico (Einstein) versus la función cerebro / mente humana (Newton / Darwin)
5. La teoría sistémica para alto rendimiento organizacional con base neuro estratégica. Venciendo la cultura de "status quo" Chilena generando una nueva Neguentropía versus Entropía humana.
5. El origen neurocientífico de la ética humana y sus etapas de desarrollo en una persona y también en una colectividad humana. El origen de la corrupción en Chile.
7. La utilización de la Teoría de Restricciones (TOC) del Dr Goldratt para lograr transformaciones irreversibles en organizacionales. Todo esto para alto rendimiento empresarial

**Electivo: Neuroliderazgo**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Neuroliderazgo**

Trabajo escrito 100%

En grupos de dos desarrollar el contenido de los dos artículos elegidos, como si fueran a dar una charla de 1 hora a un grupo (mínimo 20 páginas).

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Neuroliderazgo**, Profesor, Peter de la Mare.

**Electivo: Neuroliderazgo**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Jeffrey M. Schwartz, Henry P. Stapp & Mario Beauregard; “Quantum physics in neuroscience and psychology: a neurophysical model of mind–brain interaction”; Phil. Trans. R. Soc. B.; 2004.
- De la Mare, Peter; “Formar neuro-líderes: La llave que Chile necesita para abrir las puertas del desarrollo”; 2010

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Abril 2010

**OBSERVACIONES:**  
Ultima vez que se dictó hasta  
Abril 2012

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Neuroliderazgo II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

### **Electivo: Neuroliderazgo II**

#### **OBJETIVOS:**

##### **Objetivos del Módulo:**

Con los últimos descubrimientos de la neurociencia en seres humanos se ha abierto un espacio increíble para integrar los mayores y mejores conceptos de las teorías sobre Desarrollo Organizacional. La neurociencia a través del Neuroliderazgo logra una nueva perspectiva del desarrollo humano y más aún sobre el funcionamiento de seres humanos en una comunidad social.

##### **Objetivo Específico:**

- Conocer y comprender el origen mecánico cuántico y microbiológico (del consciente humano y el gran potencial de auto mejoramiento de la función cerebro/ mente perfeccionando el pensamiento emocional. (la ética es un factor primordial).
- El terminar estas horas de conferencias los alumnos tendrá muy claro como pueden influir en su propia función mental para mejorar dramáticamente sus cualidades mentales.
- Estas clases en el MBA buscan como aprender a desarrollar el software y hardware cerebral a través de una interacción con el entorno para que nuestro procesos de pensamiento emocional se puedan adaptar a nuevas demandas intelectuales de los nuevos contextos culturales lo peor es usar el mismo hardware y software cerebral, procesando inconscientemente, los mismos pensamientos en diferentes interacciones con el entorno.

- Al final de estas clases en el MBA lo alumnos practicarán en forma muy conceptual todas las variables contenidas en matriz QFD..

**CONTENIDOS:**

**Electivo: Neuroliderazgo II**

1. Neuro biología aplicada al Conocimiento Profundo:

- Los 5 sentidos
- Neuronas Espejo
- Atributos del carácter
- Fortaleza de talentos naturales
- Competencias
- Multi inteligencias
- Salud Mental y gran potencial de desorden en la función cerebro / mente
- Intelectualidad para Aprendizaje y Conocimiento
- Intelectualidad Ética para Comportamiento Cotidiano
- Intelectualidad Creativa para generar innovación de servicios y productos
- Intelectualidad psicológica para auto motivación y auto socialización

2. Neuro Mecánica Cuántica aplicada al Conocimiento Profundo:

- Consciente Cuántico
- Memoria Cuántica proveniente de los cinco sentidos
- Memética basada en procesos cuánticos y neuronas espejo
- Principios y mediciones de Metalearning (Losada)
- El Poder Cuántico del Cerebro (Dispenza)

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo: Neuroliderazgo II**

Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**



**Electivo: Neuroliderazgo II**

Trabajo escrito 100%

En grupos de dos desarrollar el contenido de los dos artículos elegidos, como si fueran a dar una charla de 1 hora a un grupo (mínimo 20 páginas).

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Neuroliderazgo II:** Profesor, Peter de la Mare.

**Electivo: Neuroliderazgo**

**BIBLIOGRAFÍA:**

1. "The path ahead" by Jack A. Tuszynski and Nancy Woolf
2. "Consciousness and quantum physics: empirical research on the subjective reduction of the state vector" by Dick J. Bierman and Stephen Whitmarsh.
3. "Microtubules in the cerebral cortex: role in memory and consciousness" by Nancy J. Woolf.
4. "Towards experimental tests of quantum effects in cytoskeletal proteins" by Andreas Mershin and Hugo Sanabria and John H. Miller..
5. "Physicalism, chaos and reductionism" by Alwyn Scott.
6. "Consciousness, neurobiology and quantum mechanics: the case for a connection" by Stuart Hameroff.
7. "Life, catalysis and excitable media: a dynamic systems approach to metabolism and cognition" by Christopher James Davia.
8. "The dendritic cytoskeleton as a computational device: a hypothesis" by Avner Priel and Tuszynski.
9. "Recurrent quantum neural network and its applications" by Laxmidhar Behera and Indrani Kar.
10. "Microtubules as a quantum Hopfield network" by Elizabeth C. Behrman and K. Gad dam and J. E. Stack and S.R. Skinner.
11. "Consciousness and quantum brain dynamics" by Gordon Globes.
12. "The CEMI field theory: seven clues to the nature of consciousness" by John Joe McFadden.
13. "Quantum cosmology and the hard problem of the conscious" brain by Chris King.
14. "Consciousness and logic in a quantum computing universe" by Paola Sizi.
15. "Multi Intelligences" by Howard Gardner.
16. "Human Dynamics" by Sandra Segal.

17. “Profound Knowledge Philosophy” by Edwards Deming.
18. “The Ethical Mind” by Howard Gardner.
19. “ The Eight Habits of Effective People” by Stephen Covey.
20. “ Emotional Intelligence” by Daniel Goleman.
21. “ Neuro Leadership” by David Rock and Jeffrey Schwartz.
22. “Metalearning” by Marcial Losada.
23. “Brain Power” by Joe Dispenza.
24. “ The Field” by Lynne McTaggart.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Abril 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó hasta Abril 2012
---	--	--



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo : Clúster Minero en Chile		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Clúster Minero en Chile**

**CONTENIDOS:**

**Tema 1**

- Contexto Teórico
- Contexto Nacional

**Tema 2**

- Origen del Cluster
- Tipos de Cluster
- Definiciones
- Ejemplos mundiales exitosos
- El caso de Chile

**Tema 3**

- Clúster de 1ª Generación.
- Clúster de 2ª Generación.
- Importancia de la Investigación desarrollo e Innovación

**Tema 4**

- Análisis de Porter
- Monopolio Temporal
- Desafíos
- Amenazas y Oportunidades

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo: Clúster Minero en Chile**  
Clases Presenciales

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Clúster Minero en Chile**

Trabajo en clases:

La evaluación del curso incorporará un trabajo escrito sobre una investigación asignada. El objetivo de ésta será evaluar el grado de aprendizaje de los conceptos teóricos expuestos y practicados en clase. Todos los alumnos deberán cumplir este requisito.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Clúster Minero en Chile**, Profesor: Patricio Guzmán

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Clúster Minero en Chile**

- Charles W.L. Hill; “Negocios Internacionales. Competencia en un Mercado Global”; Tercera Edición; Editorial McGraw-Hill; 2001.
- Porter, Michael E.; “La Ventaja Competitiva de las Naciones”; Revista Facetas N° 91-1/91.
- Urzúa, Osvaldo; “Emergence and Development of Knowledge-Intensive Mining Services (KIMS)”; SPRU – University of Sussex, UK.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Marzo 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó Octubre 2012
---	--	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

<b>ASIGNATURA:</b> Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados I		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT:</b>
<b>Horas de Cátedra:</b> 6	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

### **Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados I**

#### **OBJETIVOS:**

##### **Objetivo del Curso:**

Este curso amplia y profundiza los conocimientos de los contenidos del curso de Finanzas Internacionales. Por ende, se asume que el estudiante asimiló los conocimientos de derivados introducidos en el curso de Finanzas Internacionales. Este curso tendrá un especial énfasis en los futuros y especialmente en opciones, con sus aplicaciones prácticas. Más de un 50% del curso será destinado al entendimiento de opciones.

##### **Objetivo Específicos:**

Al final del curso, el alumno deberá de ser capaz de entender cada aplicabilidad de cada derivado, los mercados donde se transan, los riesgos implícitos de los derivados, las estrategias para aplicarlos, y ser capaces de transan derivados.

### **Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados**

#### **CONTENIDOS:**

- a) Introducción a los derivados y aplicación de forwards, futuros y opciones
- b) Formas de Cobertura con Forwards, Futuros y Opciones
- c) Derivados como Instrumentos para Inversión alternativas.
- d) Estrategias de Futuros:
  - (i) estrategias tipo spread (intra-commodity e inter-commodity);
  - (ii) estrategia tipo calendario (calendar spread);
  - (iii) otras estrategias.
- e) Entendiendo Opciones:

- (i) tendencia futura del activo subyacente y las posiciones no comerciales en las opciones;
- (ii) Estrategias con opciones:
  - (a) estrategias tipo straddle;
  - (b) estrategias sintéticas;
  - (c) estrategias spread.
- f) Ejercicios prácticos con opciones y futuros.

**Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Expositivas

**Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:** Para el cálculo de la Nota Final del curso, se considera un trabajo práctico o tarea, que corresponde al 100% de la nota final.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados: Profesor Manuel Madrid**

**Electivo : Finanzas Avanzadas de Derivados**

**BIBLIOGRAFÍA:**

Para el entendimiento de derivados, se recomiendan los siguientes textos:

- Hull, John. *Options, Futures, and Other Derivatives*. Pearson – Printice Hall, 2008.
- Hunt, Philip and J. E. Kennedy. *Financial Derivatives in Theory and Practice*, John Wiley and Sons, 2004.
- Kolb, Robert and James A. Overdahl. *Financial Derivatives: pricing and risk management*, John Wiley and Sons, 2009.

- Kolb, Robert and James A. Overdahl. *Futures, options, and swaps*, Wiley-Blackwell, 2007 - 819 pages Kolb, Robert and James A. Overdahl. *Understanding Futures Markets*, Sixth Edition, Wiley-Blackwell, 2006.
- Rangarajan K. Sundaram, Sanjiv Das. *Derivatives: principles and practice*, McGraw-Hill Higher Education, 2010.
- Rouah, Fabrice and Gregory Vainberg. *Option Pricing Models and Volatility*. Wiley Finance, 2007.
- Whaley, Robert. *Derivatives: Markets, Valuation and Risk Management*, 2006.

**Referencias para Términos Técnicos (diccionarios recomendados):**

Durante el desarrollo del curso, se introducirán una serie de términos técnicos relacionados con finanzas y derivados. Por ende, se recomienda que los estudiantes que pudieran tener problemas con el vocabulario consulten un diccionario. Se recomienda:

- Martino Mendiluce, Fernando, Diccionario de Conceptos Económicos y Financieros, Editorial Andrés Bello, Santiago, 2001.

En Inglés:

- Graham, Bannock, W. Manser. *The Penguin International Dictionary of Finance*, New York: Penguin Books, 2003. (se puede comprar a través de Barnes and Nobles).
- Pearce, David. *The MIT Dictionary of Modern Economics*. Cambridge: The MIT Press, 1997.

**Agencias Reguladoras de Derivados en Estados Unidos :**

- Futures Trading Commission or CFTC: [www.cftc.gov](http://www.cftc.gov)
- Security Exchange Commission: [www.sec.gov](http://www.sec.gov).

Algunos Mercados de Derivados

- CME: Chicago Mercantile Exchange: [www.cmegroup.com](http://www.cmegroup.com)
- CBOE: Chicago Board Options Exchange. [www.cboe.com](http://www.cboe.com)
- NYMEX: New York Mercantile Exchange. [www.nymex.com](http://www.nymex.com)
- NYBT: New York Board of Trade. [www.nybot.com](http://www.nybot.com)
- LME: London Metal Exchange. [www.lme.com](http://www.lme.com)



- TOCOM: Tokyo Mercantile Exchange. **[www.tocom.or.jp](http://www.tocom.or.jp)**

**Asociaciones Relacionadas con Derivados o Inversión Alternativa**

- OFOR: Office for Futures and Options Research (U. Illinois): **<http://ofor.ace.illinois.edu/>**
- FOA: Futures and Options Association: **<http://www.foa.co.uk/default.aspx>**
- ISDA: International Swaps and Derivatives Associations - **<http://www2.isda.org/>**
- ISITC: Derivatives Working Group: **<http://www.isitc.org/index.cfm>**
- FIA: Futures Industry Association: **<https://www.futuresindustry.org/>**
- HFA: Hedge Funds Association: **<https://www.thehfa.org/>**
- AIMA: Alternative Investments Management Association: **<http://www.aima.org/>**
- OIC: Options Industry Council: **<http://www.optionseducation.org/>** (fines educacionales)

**Otros Website para Considerar:**

- Bureau of Economic Analysis–US Dep. of Commerce ([www.bea.doc.gov](http://www.bea.doc.gov)). Cuentas Nacionales de USA.
- Federal Reserve Board (Reserva Federal de USA) – ([www.bog.frb.fed.us](http://www.bog.frb.fed.us))
- Bloomberg: <http://www.bloomberg.com/> (Bloomberg, noticias online)
- Group of 30: <http://www.group30.org/>

**Algunos Journals Relacionados con Derivados** Journal of Alternative Investments:  
Journal of Derivatives Journal of Investing Journal of Structured Finance  
**<http://www.ijournals.com/toc/jai/current>**

The Journal of Futures Markets:  
**[http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/\(ISSN\)1096-9934](http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1002/(ISSN)1096-9934)**

<b>ELABORADO</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		Ultima vez que se dictó
<b>FECHA</b>	Marzo 2012	abril 2013

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

<b>ASIGNATURA:</b> Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT: 1</b>
<b>Horas de Cátedra: 6</b>	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

**Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados**

### **OBJETIVOS:**

#### **Objetivo del Curso:**

El contenido del Seminario II sobre Derivados (también denominado Workshop o Aplicaciones Prácticas con Derivados) consiste básicamente en un curso aplicado utilizando una plataforma internacional de inversión que permite comprar y vender derivados, como también aplicar las estrategias explicadas en curso relacionadas con opciones (Long Straddle, Posiciones Sintéticas, etc.).

El propósito fundamental del curso es que el alumno se familiarice y aprenda a operar con una plataforma de inversión para derivados, con el fin que pueda aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el Seminario I de Derivados, al mundo real.

Este curso amplía y profundiza los conocimientos de los contenidos teóricos del curso de Finanzas Internacionales y del Seminario I de Derivados, y los lleva al mundo real. Por ende, se asume que el estudiante asimiló los conocimientos sobre Derivados introducidos en el curso de Finanzas Internacionales y en el Seminario I de Derivados. Este curso tendrá un especial énfasis en la aplicación práctica (compra venta, y posiciones estratégicas) de CFD, Opciones y Futuros.

El final del curso, el alumno deberá de ser capaz de entender la aplicación de cada contrato de derivado, sus

códigos, sus especificaciones, los mercados donde se transan, los riesgos implícitos de los derivados, las estrategias para aplicarlos, y ser capaces de transar los derivados en la práctica.

**Objetivo Específicos:**

Al final de este curso el seminario, el alumno deberá de ser capaz de realizar lo siguiente:

- i) Operar y entender completamente el menú y operar una plataforma internacional con instrumentos como acciones, índices monedas, futuros, CFD (contratos por diferencias), futures-options, y opciones.
- ii) Entender los conceptos de “utilización del margen”, “concepto de apalancamiento”, “Bid-Ask”, “Future Options”, y otros conceptos.
- iii) Entender como se opera con la compra (buy) y venta corta (sell) de Contratos por Diferencia (CFD).
- iv) Entender los códigos de contratos Futuros y ser capaz de operar con la compra y venta corta de Contratos de Futuros.
- v) Entender como se opera con la compra y venta corta de “call” y “put” de opciones. Identificar los premiums de opciones sobre el dinero y en el dinero, y ver la conveniencia de compra.
- vi) Ser capaz de compra (vender) un activo (subyacente), y ser capaz de cubrirlo con un opción (put o call)
- vii) Aplicar en forma práctica las estrategias con opciones enseñadas en el Seminario I de derivados, tales como las estrategias tipo long-straddle; estrategias sintéticas; estrategias spread.
- viii) Conocer los códigos de Futuros, su especificación (unidades y cantidad) de los contratos y la forma de compra-vender futuros.
- ix) Entender y aplicar el concepto de “sonrisa” o “sesgo” de las opciones, y tomar ventajas para adquirir opciones.
- x) Aprender otros aspectos relacionados con la identificación, entendimiento y las aplicaciones en la práctica de derivados.

**Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados**

**CONTENIDOS:**

**1. Introducción a Derivados**

- a) Introducción a los Derivados*
- b) Donde se Transan los Derivados*
- c) Conceptos de CFD y ETF*

**2. Forwards y Cobertura**

- a) Diferencias entre Futuros y Forwards*
- b) Cobertura con Forwards*
- c) Estimando los puntos Forwards (Forward Premium)*

**3. Futuros**

- a) Entendiendo el Mercado de Futuros*
- b) Futuros y Cobertura*
- c) Curvas Backwardation y Curvas Contango*
- d) Estrategias (intra e intercommodity)*

**4. Futuros – Posiciones COT y Tendencia**

- a) The Commitments of Traders (COT) Report*
- b) COT y la Estrategia de Trading*
- c) Flips, Extreme Positioning (Market Reversal) & Cambios en in Open Interest (montos de contratos).*

**5. Opciones**

- a) Terminología*
- b) Valoración o Premium de una Opción*
- c) Opciones en la Práctica*
- d) Estrategias con Opciones*

**6. Volatilidad – Letras Griegas en Opciones**

- a) Volatilidad Histórica*
- b) Volatilidad Implícita*
- c) Significado de las Letras Griegas en Opciones*

**7. Opciones y Posiciones Sintéticas**

- a) Estrategias de Posiciones Sintéticas*
- b) Ecuación Fundamental*
- c) Futuro Sintético Comprado y Vendido*

**8. Estrategias con Opciones**

- a) Estrategias Tipo Straddle (short y long) y Strangle*
- b) Estrategias Tipo Spread (bull y bear)*
- c) Estrategias Butterfly y Calendar*
- d) Cap, Floor, y Collar*

**Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados.**

**Profesor Manuel Madrid**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Expositivas

**Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados.**

**Profesor Manuel Madrid**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Para el cálculo de la Nota Final del curso, se considerará los resultados de los ejercicios prácticos que se realizarán en el Seminario. El profesor entregará un guía práctica de los ejercicios o aplicaciones a realizar en la Plataforma de inversiones.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Finanzas Avanzadas de Derivados II, Workshop o Aplicaciones con Derivados.**

**Profesor Manuel Madrid**

Es requisito previo para este curso son dos: (i) haber asistido al Seminario I de Derivados; (ii) asistir al Seminario con un notebook; (iii) cada alumno antes de asistir el Seminario, debe de instalar en su computador la Plataforma de Saxobank según las instrucciones que se entregan, y deberá de conocer en forma práctica el menú de la plataforma, y sus comandos de dicha plataforma.

**BIBLIOGRAFÍA:**

No se requiere material específico para el curso, ya que el curso corresponde a un Workshop o una Aplicación práctica sobre derivados. El alumno antes de registrarse en este Seminario, debe de haber leído todo el material entregado en el Seminario I de derivados.

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Marzo 2012

**OBSERVACIONES:**  
Ultima vez que se dictó  
abril 2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo : Desarrollo sustentable un desafío empresarial		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra:6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial**

**OBJETIVOS:**

**Objetivo General:**

El objetivo de este curso electivo es analizar como las organizaciones empresariales se relaciona con los desafíos del desarrollo sustentable. Para esto se revisan aspectos teóricos y aplicados del desarrollo sustentable, así como estrategias y casos para desarrollar empresas sostenibles.

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial**

**CONTENIDOS:**

1. Introducción al desarrollo sustentable
  - Definiciones, desafíos y alcances del desarrollo sustentable
  - Análisis de caso: Pago por servicios ambientales
  - Lecciones para managers
2. Desarrollo sustentable y empresas
  - ¿Qué es una empresa sustentable?
  - Creación de valor sustentable en las empresas
  - Modelos de negocios sustentables
  - Reportes de sustentabilidad
  - Análisis de caso
  - Lecciones para managers

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Para lograr el objetivo del curso se revisaran distintas perspectivas teóricas y se analizan

casos que permiten generar lecciones para managers. Para esto se realiza una clase expositiva, trabajo en equipos para analizar los casos de estudios y discusión en clases.

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

La evaluación del curso se realizará por medio de la realización de un trabajo en equipo que consiste en aplicar los elementos discutidos en clases a una de las empresas u organizaciones que trabajan los alumnos.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial , Profesor: Cristian Geldes**

**Electivo: Desarrollo sustentable un desafío empresarial**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Figueroa, E. y Reyes, P. 2010. Pago por servicios ambientales en las áreas protegidas de Latinoamérica: Realidad y perspectivas futuras. Revista Parques. 10 p.
- Hart. S. y Milstein, M. 2003. Creating sustainable value. Academy of Management Executive, 2003, Vol. 17, No. 2.
- IESE, 2002. Código de gobierno para la empresa sostenible. 53 p.
- PriceWaterHouseCoopers, 2008. Reportes de sustentabilidad en Chile: Avanzando en el camino de la transparencia. 36 p.
- Streimikiene, D. 2013. United Nations Conference of Sustainable Development RIO+20. Intellectual economics. Vol. 7, No. 1(15), p. 126–130.
- Van Kleef, J. y Roome, N. 2007 Developing capabilities and competence for sustainable business management as innovation: a research agenda. Journal of Cleaner Production. Volumen 15. 38-51 p.
- Stubbs, W. and Cocklin, C. 2008. Conceptualizing a “sustainability business model”. Organization Environment. Vol. 21 no. 2. 103-127 p.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias  Octubre 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó Enero 2014
---	--	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar**

**OBJETIVOS:**

**Objetivo General:**

- Entender las relaciones entre Compradores y Vendedores, entre fabricantes y proveedores, se potencian adquiriendo VALOR, aparte de observar una mayor velocidad, innovación, confort y accesibilidad masiva a mayores bienes y servicios.
- En este Curso de Marketing, pretendemos mostrar y ojalá, demostrar que en el Mercado actual, las BATALLAS EMPRESARIALES, entre pares, son posibles – y a veces hasta necesarias para maximizar EL BIENESTAR - sin trastocar los valores fundamentales.

**Objetivo Especificos:**

- Conocer desde una óptica de Marketing, variadas ESTRATEGIAS Y CONFLICTOS COMERCIALES reales, en la Industria de los Bebestibles, (Variedades Sabor Colas y Cervezas ), así como en las Industrias Avícolas, Fideos y Cafés solubles.
- Revisar los Business Plan, con sus Posicionamientos Deseados, las variables comerciales DIFERENCIADORAS que agregan Valor a la Cadena, la RSE, y los Valores éticos empresariales.
- Analizar cómo se van CORRELACIONANDO con la Comunidad



(Stakeholders), el Medio Ambiente y los Resultados económicos esperados, para SOBREVIVIR Y HACER CRECER LA EMPRESA en el Medio y Largo plazo.

**Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar**

**CONTENIDOS:**

- 

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**  
Clases Expositivas

**Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

- Trabajo individual o grupal (Máximo tres personas)  
que se entregará un caso el día de la clase; para enviar al profesor en 3 semanas, posteriores a la clase.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar, Profesor:** Jose Ignacio Garces

**Electivo: Guerra entre Industrias reales y Lecciones a implementar**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- **Kotler & Keller. Dirección de marketing**  
Capítulo 11. Las Relaciones con la Competencia.  
Capítulo 22. La dirección de Marketing Holístico en la Empresa
- **Kotler & Armstrong. Fundamentos de Marketing**  
Capítulo 16. Etica de Marketing y Responsabilidad Social

<b>ELABORADO</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		Ultima vez que se dictó Octubre
<b>FECHA</b>	Octubre 2012	2013





**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

<b>ASIGNATURA:</b> Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT: 1</b>
<b>Horas de Cátedra: 6</b>	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

**Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica**

**OBJETIVOS:**

**Objetivo del Curso:**

El curso tiene como objetivo entregar a los alumnos las bases de los sistemas de información geográfica, de manera que puedan incorporarlos como una herramienta de gestión en sus respectivas actividades.

**Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica**

**CONTENIDOS:**

1. Conceptos generales
2. Componentes del SIG
3. Modelos y estructuras de datos
4. SIG disponibles en el mercado
5. Sistemas de coordenadas y Datums
6. Importación de datos
7. Manejo de datos y consultas
8. Generación de mapas
9. Superposición de mapas
10. Consultas y análisis espacial

- 11. Digitalización
- 12. Georreferenciación
- 13. Exportación
- 14. Reportes

**Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Expositivas

**Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Trabajo Practico Individual para la casa :100%

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo : Introducción a los Sistemas de Información Geográfica** , Profesor Rodrigo Ortega

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Burrough, P.A. and McDonnell, R.A. 1998. Principles of geographical information systems. Oxford University Press, Oxford, 327 pp.
  - Isaaks and Srivastava. 1989. Applied Geostatistics. Oxford University Press. 561 p.
- Mapinfo professional. User's Guide. Version 9.  
<http://hcl.harvard.edu/libraries/maps/gis/tutorials.html>

**ELABORADO  
APROBADO  
FECHA**

Departamento de Industrias  
Agosto 2010

**OBSERVACIONES:**  
Ultima vez que se dictó  
Abril 2012

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 16	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II**

**OBJETIVOS:**

**El primer curso** tiene por objetivo realizar una revisión panorámica de los principales conceptos, procedimientos y métodos para evaluar un proyecto de inversión, tanto desde la perspectiva privada como social. En base a ello, identificar aspectos que son necesarios de profundizar especialmente en la evaluación social de proyectos a fin de que refleje en forma más efectiva los reales costos y beneficios netos para la sociedad y los individuos.

**El Segundo curso** tendrá como objetivo presentar y discutir estudios de casos para ilustrar en forma aplicada, los conceptos y métodos presentados y discutidos en el primer curso.

**Objetivo General :**

Este curso provee una visión panorámica de los procesos y métodos para la evaluación de la rentabilidad de un proyecto de inversión desde ambas perspectivas, enfatizando la necesidad de considerar, valorar e incorporar cuidadosamente en los cálculos correspondientes, los efectos colaterales y dinámicos del desarrollo de un proyecto de inversión y en especial, aquellos relativos al uso y explotación de los recursos naturales y ambientales. Destacan entre estos, no solo las llamadas fallas de mercado (bienes públicos, externalidades, monopolios, oligopolios, etc), sino además, las consecuencias de procesos que implican tasas de uso no sustentables (i.e. sobreexplotación, agotamiento, extinción, etc).

**Objetivo Específicos:**

- Presentar y analizar en términos comparativos, los conceptos, procedimientos y métodos para la Evaluación Privada y la Evaluación Social de Proyectos de inversión. Se discuten los principales argumentos de la Teoría del Bienestar y sus implicancias en relación al rol que juegan los precios de mercado (reales y “mentirosos”) para una efectiva evaluación de la rentabilidad y las necesidades de ajustes de los mismos, para evaluar proyectos de inversión desde la perspectiva social.
- Analizar las diversas fallas de mercado (bienes públicos, externalidades, etc) y los impactos ambientales para la determinación del desempeño financiero, económico y social de la inversión con énfasis en los recursos naturales y ambientales.
- Explicitar diferencias relevantes entre Evaluación Social y la Evaluación Privada de Proyectos.
- Desarrollar estudios de casos que permitan al alumno aplicar los criterios estudiados, analizando beneficios y costos que una inversión pueda tener para la comunidad.

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II**

**CONTENIDOS:**

**Parte A.**

**Revisión crítica de los aspectos conceptuales y teóricos**

- a) Naturaleza, tipología, ciclo y etapas en gestación y preparación de proyectos de inversión
- b) Criterios e indicadores para la evaluación
- c) Fundamentos económicos para la determinación y uso de los precios
- d) Las fallas de mercado, externalidades e impactos en la evaluación social y privada
- e) Los ajustes necesarios para la evaluación social y privada
- f) Valoración económica de
- g) Consideraciones adicionales (riesgo, tasas descuento, sensibilidad, sustentabilidad)

**Parte B.**

**Ejercicios prácticos y de aplicación.**

Cada caso será presentado por el profesor en forma sintética.

Se presentaran los principales antecedentes y datos.

Los alumnos deberán identificar los principales componentes de costos, beneficios y requerimientos de información adicional. Con toda la información proporcionada deberán elaborar un análisis previo/preliminar y luego calcular parámetros básicos.

Se presentaran los resultados del estudio y proyecto. Discusión y síntesis de cada caso.

Lecciones aprendidas.

Discusión final

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases Expositivas

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Prueba al final del curso en que se evaluará la comprensión de los conceptos y métodos aprendidos. Y Trabajo individual

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II , Profesor: Max Agüero**

**Electivo: Evaluación Privada y Social de Proyectos; Tópicos relevantes y estudios de casos I y II**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- FONTAINE, ERNESTO. 2008. EVALUACION SOCIAL DE PROYECTOS. PEARSON EDUCACION. DECIMO TERCERA EDICION. MEXICO.
- SAPAG, NASSIR. 2008. PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS. QUINTA EDICION. MCGRAW-HILL INTERAMERICANA. MEXICO.

<b>ELABORADO</b>	Departamento de Industrias	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		Ultima vez que se dictó
<b>FECHA</b>	Diciembre 2013	febrero 2014





**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I

**OBJETIVOS:**

**Objetivos Generales:**

En estos cursos se abordan las distintas herramientas de las que dispone el estado para regular aquellos sectores en que la sola competencia no conduce a soluciones eficientes, así como también las restricciones que enfrenta al intervenir un mercado con características de monopolios naturales. El alumno aprende que la intervención del estado no sólo genera beneficios sino también costos por lo que es necesario analizar caso a caso si una determinada intervención es deseable desde el punto del bienestar social. En el curso se pone especial énfasis en los mecanismos regulatorios que dispone el regulador cuando no tiene acceso a toda la información que maneja la empresa regulada. En este contexto, se revisa el rol de los incentivos que promueven la eficiencia asignativa y productiva en los distintos modelos regulatorios: costo de servicio o tasa de retorno, por *price cap*, *yardstick competition* , entre otros.

**Objetivo Específicos:**

- Comprender que incluso en una economía de mercados el estado tiene un alto grado de intervención. Esa intervención se justifica en la medida de que no se cumplen los supuestos básicos del modelo de competencia perfecta. Desafíos de la regulación en ausencia de asimetría de información entre regulado y regulador.
- Explicar la utilidad de la desintegración vertical, tanto en lo que se refiere a a) evitar que el poder monopólico de los segmentos naturalmente monopólicos se traspase a los segmentos potencialmente competitivos como a b) reducir la asimetría de información que afecta la eficiencia de los procesos de fijación de tarifas reguladas.

- Entender las diferencias en las características de los principales métodos usados en el mundo para fijar tarifas reguladas. Analizar el *trade off* que surge al regular tarifas entre el objetivo de entregar incentivos a la empresa para minimizar sus costos (eficiencia productiva) y el objetivo de reducir los precios para minimizar la ineficiencia asignativa y las rentas de la empresa a favor del consumidor. Entender cómo cada método resuelve, o no, tal *trade-off*.

### **Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I**

#### **CONTENIDOS:**

#### **Introducción:**

- a) Ámbito de la regulación económica y ámbito del curso.
- b) Monopolios naturales y su naturaleza.
- c) ¿Qué se debe regular?

Revisión de cada uno de los supuestos del modelo de competencia perfecta, análisis de los efectos de su no cumplimiento y herramientas que tiene el estado para corregir las distorsiones resultantes, con especial foco en el caso del monopolio natural que será el principal tema del curso. Fijación de tarifas:  $C_{me}$  vs.  $CM_g$ , precios *Peak-Load*, Precios Ramsey.

**TEMA: Desintegración vertical: ventajas y desventajas para la regulación. Incidencia en la asimetría de la información.**

Cómo los monopolios naturales regulados intentan captar rentas monopólicas limitando la entrada a los segmentos potencialmente competitivos. Adicionalmente, cómo la desintegración vertical reduce el problema regulatorio y minimiza la asimetría de información entre regulador y regulado. Se revisarán las limitaciones a la integración vertical en diversos sectores de la economía chilena: transmisión eléctrica, distribución eléctrica, telefonía fija y móvil, Isapres, puertos, aeropuertos, etc.

**TEMA: Métodos alternativos de tarificación. Ventajas y desventajas de los métodos**

**de tarificación.**

Método del costo de servicio o tasa de retorno, método de *price cap*, yardstick competition y su variante de empresa eficiente o modelo. Análisis del efecto de la asimetría de la información y el problema del agente principal. Análisis de cada uno de los tres principales métodos de regulación tarifaria bajo la óptica de los incentivos a minimizar costos.

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Este curso apunta a analizar las interrogantes que se plantean los reguladores y regulados en la práctica y, en especial, en la de la regulación económica en Chile. Esta combinación de enfoques práctico y teórico estará presente tanto en el desarrollo de las clases como en selección de lecturas para cada unidad.

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Habrà una prueba al final del curso en que se evaluarà la comprensión de los conceptos aprendidos.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios I, Profesor:** Andrea Butelmann

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios Natural I**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Viscusi et al (2005), cap 4.
- \*Joskow (2007): pgs 76-93.
- \*Nehme, N, (2006) , “Mercados Regulados y Libre Competencia” presentación en Día de la Competencia 2006 (www.fne.cl).
- Viscusi, et al (2005), Cap 11.
- Ulbrich, H. (1991) “Natural Monopoly in Principles Textbooks: A Pedagogical Note”,

<p>Journal of Economic, Education, primavera.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura: *Galetovic, A. (2003), “Integración Vertical en el Sector eléctrico: una guía para el usuario”, Estudios Públicos 91, invierno, 199-233.</li> <li>• Lectura: Viscusi, et al (2005), Cap. 12.</li> <li>• Bustos, A. y A. Galetovic (2001), “Regulación por Empresa Eficiente: ¿Quién es realmente usted?”, <i>Estudios Públicos</i> 86, otoño, 145-182.</li> <li>• *Joskow, P (2007): pgs. 94-169</li> </ul>
---

<p><b>ELABORADO</b> <b>APROBADO</b> <b>FECHA</b></p>	<p>Departamento de Industrias</p> <p>Abril 2013</p>	<p><b>OBSERVACIONES:</b> Última vez que se dictó enero 2014</p>
--	---	---



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II**

**OBJETIVOS:**

**Objetivos Generales:**

- En este curso se abordan las distintas herramientas de las que dispone el estado para regular aquellos sectores en que la sola competencia no conduce a soluciones eficientes, así como también las restricciones que enfrenta al intervenir un mercado con características de monopolios naturales.
- El alumno aprende que la intervención del estado no sólo genera beneficios sino también costos por lo que es necesario analizar caso a caso si una determinada intervención es deseable desde el punto del bienestar social. En el curso se pone especial énfasis en los mecanismos regulatorios que dispone el regulador cuando no tiene acceso a toda la información que maneja la empresa regulada. En este contexto, se revisa el rol de los incentivos que promueven la eficiencia asignativa y productiva en los distintos modelos regulatorios: costo de servicio o tasa de retorno, por *price cap*, *yardstick competition* , entre otros.

**Objetivo Específicos:**

- Entender cómo se ha enfrentado en Chile el desafío de la regulación y la asimetría.
- Comprender la complejidad que surge ante cambios tecnológicos que debilitan la característica de monopolio natural de un sector. Qué debe seguir siendo regulado y cómo.
- Entender en qué casos licitar la provisión de servicios puede ser un camino mejor que la regulación de tarifas, especialmente en el sentido de reducir los efectos de la asimetría de información y la captura del regulador.

**Electivo : Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II**

**CONTENIDOS:**

**TEMA: La regulación tarifaria en Chile.**

El análisis se hará desde el punto de vista de los problemas que plantea, para los incentivos, la asimetría de información y cómo éstos se han intentado solucionar en el caso chileno. Adicionalmente, se analizarán los temas menos zanjados en la ley y que más conflicto provocan en los procesos tarifarios.

**TEMA: Telefonía Cuando el monopolio se debilita y, por otra parte, los cargos de acceso.**

Explicar la evolución de la regulación en este sector y sus bases microeconómicas: desde la fijación de tarifas a la flexibilización tarifaria para llegar a la liberalización, exceptuando los cargos de acceso.

**TEMA: ¿Por qué no regular en vez de licitar?**

Ventajas y limitaciones de la “competencia por la cancha” en comparación a la regulación tarifaria. Incertidumbre, “maldición del ganador” y captura.

**Electivo: Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Este curso apunta a analizar las interrogantes que se plantean los reguladores y regulados en la práctica y, en especial, en la de la regulación económica en Chile. Esta combinación de enfoques práctico y teórico estará presente tanto en el desarrollo de las clases como en selección de lecturas para cada unidad.

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Habrà una prueba al final del curso en que se evaluarà la comprensión de los conceptos aprendidos.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II, Profesor:** Andrea Butelmann

**Teoría y Práctica de la Regulación de Monopolios II**

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Lectura: \*Butelmann, A. y A. Drexler (2003), “La regulación de monopolios naturales en Chile”, Encuentro Anual de la Sociedad de Economía de Chile.
- Fuentes F. y E. Saavedra: “Regulación por empresa eficiente: Problemas al estimar l inversiones y sus posibles soluciones“.
- Lectura: \* Viscusi, et al (2005), cap. 15.
- Butelmann, A. (2004), “Letting the Monopoly Compete: The case of chilean fixed line telecommunication” ([www.oecd.org/dataoecd/49/60/34286458.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/49/60/34286458.pdf))
- Armstrong, M., J. Doyle y J. Vickers (1995), “The Access Pricing Problem: A Synthesis”, *Journal of Industrial Economics*, Vol. 44,2, 131-50.
- Armstrong, M., (2002), “The Theory of Access Pricing and Interconnection”, Cap. *Handbook of Telecommunications Economics*, eds. M. Cave, S. Majundar e I. Vogelsan North Holland.
- Joskow, P. (2007), pgs.: 62-70.
- Viscusi, et al (2005),cap. 13.
- Engel, E., R. Fischer y A. Galetovic, (2003) “Soft Budgets and Highway Franchising *Documentos de Trabajo*, Serie Economía, Centro de Economía Aplicada, Departamen de Ingeniería Industrial, U. de Chile.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias  Abril 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima Vez que se dictó Febrero 2014
---	--	--



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo : Dirección Estratégica I		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

**Electivo: Dirección Estratégica I**

**Objetivo del Módulo:**

El modulo responde a una necesidad concreta de actualización en temas tan relevantes como la definición del negocio, mercados y productos a través de una visión amplia e integral de las implicancias que tiene el diseño estratégico de una organización y entrega un conjunto de perspectivas, conceptos, habilidades y herramientas relacionadas a la manera como una empresa define, incrementa, explota y sustenta su ventaja competitiva.

**Objetivo General:**

Crear un modelo de dirección estratégica.

**Objetivos Específicos:**

- Conocer conceptos y modelos de dirección estratégica.
- Formular un plan estratégico para una empresa particular.
- Seleccionar los cambios necesarios para la implementación de la planificación.
- Conocer conceptos y modelos de sistemas de control estratégico.
- Proponer un sistema de control de gestión.
- Crear un plan de acción.
- Los principales objetivos del curso son: Practicar habilidades de comunicación y asertividad; reconocer la importancia de la empatía y de las relaciones interpersonales; conocer y aplicar estrategias y tácticas de influencia con integridad y conceptos como el sentido de la colaboración, el poder y la autoridad; desarrollar habilidades de retroalimentación, relaciones interpersonales, persuasión y reconocimiento para



aprovechar las fortalezas de cada persona, potenciándolas a favor del grupo.

- Los principales beneficios del curso son: Incrementar la predisposición al aprendizaje; aprovechar las fortalezas de cada persona en beneficio del grupo; aumentar la colaboración entre los miembros del grupo y entre las personas a través de la comunicación asertiva y la persuasión; manejar herramientas para influir positivamente en nuestra organización y en las personas que nos rodean; identificar y aplicar las variables que promueven las relaciones interpersonales eficaces al interior del equipo de trabajo y practicar el reconocimiento.

**Electivo: Dirección Estratégica I**

**CONTENIDOS:**

Tema 1 – Introducción

Tema 2 – Dirección Estratégica

Tema 3 – Modelo Delta

Tema 4 – Sistema de Control

Tema 5 - Resumen y Conclusiones

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo III, Dirección Estratégica I**

Clases Presenciales

**Electivo: Dirección Estratégica I**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

La evaluación final del Curso se efectuará sobre la base de las siguientes actividades y ponderaciones:

Participación en clase y presentaciones individuales: 50%.

Parte importante del curso estará dada por la activa participación en clases.

La evaluación de su desempeño en clase será realizada en forma “subjetiva” por el profesor, el que buscará ser consistente y justo con relación a los demás estudiantes del curso y que se basará en:

Su activa participación voluntaria en las discusiones en clases

Sus presentaciones individuales.

Trabajo Final: 50%

Parte de la evaluación del curso incorporará un trabajo escrito en grupo sobre una aplicación asignada. El objetivo de ésta será evaluar el grado de aprendizaje de los conceptos teóricos expuestos y practicados en clase.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Dirección Estratégica I**, Profesor, Oscar Saavedra.

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Dirección Estratégica I**

- Hax, A.; Wilde, D. “Delta Project”, Ed. Norma, Bogotá, 2003.
- Hax, A.; Majluf N. “Gestión de Empresas con una visión estratégica”, Ediciones Dolmen, 1996.
- Jonson, G & Scholes, K., “ Strategic Administration”, Prentice Hall, 2001.
- Kaplan, R; Norton D. “ The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action”, A landmark Achievement, 2000.
- Kaplan, R & Norton, D (2002). El cuadro de mando integral. Barcelona, España: Gestión 2000.

- Kaplan, R & Norton, D (2002). Cómo utilizar el cuadro de mando integral, para implementar y gestionar su estrategia. Barcelona, España: Gestión 2000.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias  Agosto 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó Octubre 2012
---	---	--

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo : Dirección Estratégica II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 6	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

**Electivo: Dirección Estratégica II**

**Objetivo del Módulo:**

- Los alumnos conocerán y utilizarán modelos matemáticos, estadísticos y econométricos para la dirección estratégica.
- Conseguirán un conocimiento efectivo de los cuatro niveles de un proceso típico de análisis inteligente de datos: definición y entradas, modificación, análisis y presentación de los datos apoyados en Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).

**Electivo: Dirección Estratégica II**

**CONTENIDOS:**

***Data Mining for Business Intelligence:***

1. Modelos estadísticos y econométricos y software.
2. Manejo Básico en Software.
3. Gráficos en software.
4. Tablas de Contingencia o Cruzadas.
5. Pruebas Estadísticas - Tablas de Contingencia.
6. Tablas dinámicas en Excel.
7. Metodología de la Econometría tradicional.
8. Modelo de regresión lineal simple y múltiple con software.
9. Supuestos del modelo de regresión lineal.
10. Estimación Curvilínea.
11. Análisis de Series de Tiempo (Modelos ARIMA).
12. Autocorrelaciones y Descomposición Estacional.
13. Segmentación de mercados con métodos de Clúster.
14. Modelos de Árboles de decisión.
15. Redes neuronales.

***Data Warehouse para Cuadro de Mando Integral.***

1. SQL Server con Excel.

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

**Electivo: Dirección Estratégica II**

Clases Presenciales, para obtener los resultados esperados, es necesaria la asistencia de los participantes, pues se requiere de la participación y práctica de los alumnos.

**Electivo: Dirección Estratégica II**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Evaluación de casos grupales: 100%

Parte de la evaluación del curso incorporará un estudiar y analizar un caso en grupo. El objetivo de ésta será evaluar el grado de aprendizaje de los conceptos teóricos expuestos y practicados en clase.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Dirección Estratégica,** Profesor, Oscar Saavedra.

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Dirección Estratégica II**

- 1.- Shmueli, G.; Patel N.; & Bruce P. “Data Mining for Business Intelligence”, Wiley Interscience. 2007.
- 2.- Manual de SPSS 14.

<b>ELABORADO APROBADO FECHA</b>	Departamento de Industrias Agosto 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Octubre 2012
---	---	---------------------------------------

	<b>UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA</b> <b>Escuela de Graduados / Departamento de Industrias</b>
---	---

ASIGNATURA: Electivo: Alianzas Estratégicas y Adquisiciones		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra:	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

## OBJETIVOS:

### Electivo: Alianzas Estratégicas y Adquisiciones

#### Objetivo del Módulo:

Este curso estudiará los distintos tipos de alianzas, como licencias, franquicias, join-ventures, y también se discutirán adquisiciones, al ser las alianzas un sustituto frecuente a la compra de otras firmas. El curso se centrará en las mejores prácticas (lo que funciona), así como en aquello que puede evitar llegar al éxito (lo que no funciona). El análisis de casos y la utilización de los acontecimientos actuales se ocupan para ilustrar en la práctica cómo se llevan adelante las alianzas estratégicas. En el curso se pondrá especial atención a la creación de valor y en cómo las alianzas estratégicas y las adquisiciones encajan en la función de la gestión estratégica de una firma.

#### Objetivos generales:

El objetivo principal de este curso es entregar un conocimiento avanzado y desarrollar habilidades para la toma de decisiones en lo que se refiere a alianzas estratégicas y adquisiciones.

El curso ayudará a los estudiantes a comprender y aplicar herramientas de análisis para evaluar las actividades de colaboración, y a desarrollar habilidades para la toma de decisión cuando se trate de alianzas y adquisiciones.

El curso tiene un fuerte énfasis en la creación de valor.

#### Objetivos Específicos:

Los diferentes tipos de alianzas estratégicas (adquisiciones, empresas conjuntas, licencias, grupo de alianzas, subcontratación, etc.)

Dónde una alianza o adquisición encaja en la estrategia global y cómo contribuye a la generación de valor.

El proceso de formación de alianzas.

Transferencia Tecnológica y de Conocimientos en Alianzas

Algunas herramientas, como las adquisiciones de valor y las sinergias operativas.

Mejores prácticas en la planificación, selección y negociación de alianzas.  
Cuestiones relativas a la integración de transacciones.

## **CONTENIDOS:**

### **Electivo : Alianzas Estratégicas y Adquisiciones**

#### **Tema 1: “¿Qué es una alianza estratégica?”**

##### **Las Alianzas Estratégicas y la Gestión Empresarial**

###### **Lecturas:**

Collaborative Advantage.

Simple Rules to Make Alliances Work.

How to Negotiate an Alliance you can Live With.

Caso: Airline Industry Alliances in 2004: Improving Performance in the Beleaguered Airline Industry

#### **Tema 2: Administración de Alianzas**

###### **Lecturas:**

After the deal is done. Keys to managing an alliance, HBR.

Managing the Alliances with the BSC, HBR.

#### **Tema 3: Alianzas vs Adquisiciones**

###### **Lecturas:**

When to ally and when to acquire

When to walk away from a Deal, HBR.

Caso: Best Deal Gillette Could Get? Proctor & Gamble's Acquisition of Gillette

#### **Tema 4: Adquisiciones y Valoración**

###### **Lecturas:**

A Note on Mergers and Acquisitions and Valuation

### **METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

#### **Electivo : Alianzas Estratégicas y Adquisiciones**

La estructura de trabajo contemplará una actividad lectiva de clases a cargo del profesor, en la cual se incluyen presentaciones de investigaciones aplicadas o académicas. Además, el trabajo en clases incluirá presentaciones de análisis aplicado a situaciones reales (análisis de casos) por parte de los alumnos, en forma tanto grupal como individual.

La participación y discusión en clases son fundamentales para el proceso de aprendizaje por lo que la inasistencia supondrá que el curso no ha sido concluido satisfactoriamente.

Por este motivo, es fundamental llegar a clases con todo el material debidamente leído y discutido.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

#### **Electivo : Alianzas Estratégicas y Adquisiciones**

Participación en Clases: 20%

Análisis de Casos Grupales: 50%

Proyecto Individual: 30%

### **INDICACIONES PARTICULARES:**

#### **Electivo : Alianzas Estratégicas y Adquisiciones, Profesor: Jaime Rubin de Celis**

Si un alumno llegare a clases sin el el material leído, no podrá participar del curso y por lo tanto obtendrá una calificación de incompleto.

### **BIBLIOGRAFÍA:**

#### **Electivo : Alianzas Estratégicas y Adquisiciones**

Lecturas:

- Collaborative Advantage, Harvard Business Review.
- Simple Rules to Make Alliances Work, Harvard Business Review.
- How to Negotiate an Alliance you can Live With, Harvard Business Review.
- When to walk away from a Deal, Harvard Business Review.



- Managing the Alliances with the BSC, Harvard Business Review.
- After the deal is done. Keys to managing an alliance, Harvard Business Review.
- When to ally and when to acquire, Harvard Business Review
- Acquisition of Gillette, Harvard Business Review

<b>ELABORADO</b> <b>APROBADO</b> <b>FECHA</b>	Departamento de Industrias Marzo 2010	<b>OBSERVACIONES:</b> Octubre 2012
---	--	---------------------------------------



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo: Metodología de Análisis de Políticas Públicas		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 8	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

**Electivo: Metodología de Análisis de Políticas Públicas**

**Objetivo del Módulo:**

Cuando se trata de evaluar el efecto producido por una determinada decisión en los variados ámbitos de políticas públicas (educación, salud, etc) generalmente nos basamos en indicadores o resultados que son afectados por diversas variables y decisiones de tipo social simultáneamente, de ahí la dificultad muchas veces de evaluar los resultados producidos por una decisión de política pública en particular frente al escenario existente. Es importante por ello ser conciente de las dificultades que enfrentamos al evaluar este tipo de políticas, las variables que están en juego y conocer aquellas metodologías que según los escenarios pueden darnos mayor claridad sobre los reales efectos de ciertas decisiones.

**Objetivos generales:**

Este curso busca que el estudiante comprenda las dificultades que se enfrentan al momento de evaluar una decisión de política pública. De forma tal que por un lado tenga la capacidad crítica de tomar decisiones basadas en estudios en esta área, a su vez como de ser capaz de determinar las debilidades de dichos estudios y poder mejorar los mismos. El estudiante conocerá las principales metodologías de análisis y elementos de diseño de experimentos sociales usados para evaluar políticas públicas de forma más eficiente cuando los escenarios lo permiten.

**CONTENIDOS:**

- Elementos generales de evaluación de Políticas Públicas. Dificultades y desafíos.
- Principales Variables a tomar en cuenta en la evaluación de Políticas Públicas.
- Algunos indicadores actualmente usados y sus problemas de interpretación (discusión de casos reales).
- Diseños de experimentos sociales: principales elementos y consideraciones
- Grupos de control y tratamiento
- Metodología “Difference in Difference” (doble diferencia)
- Ejemplo aplicado
- Análisis de Estudios reales de Políticas Públicas. Aplicación del diseño de experimento y “Difference in Difference” (DD).
- Modelos de Triple Diferencia (DDD). Usos y aplicaciones.
- Nociones generales de otros modelos: uso de Variables Indirectas, discontinuidades, etc.
- Casos aplicados de otras metodologías.

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Una clase expositiva, con una metodología participativa que busca dar las principales nociones teóricas, pero a su vez un fuerte énfasis en el análisis de casos reales en el área. De forma que el alumno pueda comprender en la práctica como utilizar las herramientas entregadas por el curso.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

La evaluación del módulo se realizara en base al informe de análisis de casos ( en casa y en clases) y mini casos y controles durante la clase.

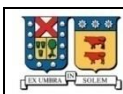
**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo :** Metodología de Análisis de Políticas Públicas, Profesor: Juan Tapia Gertosio

**BIBLIOGRAFÍA:**

A. Auerbach and M. Feldstein, eds., Handbook of Public Economics, North-Holland, volumes 1(1985), 2 (1987), 3 (2002) and 4 (2002).

<b>ELABORADO</b>	Departamento	de	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>	Industrias		No se ha dictado aun.
<b>FECHA</b>	Enero2014		



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

ASIGNATURA: Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II		SIGLA:
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 16	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II**

**OBJETIVOS:**

El curso desarrolla los aspectos básicos de la teoría de confiabilidad y disponibilidad de sistemas reparables, considerando modelos de falla y de redundancia.

**Objetivo General:**

Desarrollar los conceptos básicos generales disponibilidad y confiabilidad.

**Objetivos Específicos:**

- Evaluar el impacto que tiene en la disponibilidad de un sistema tanto la disponibilidad de sus componentes como la arquitectura del sistema.
- Evaluar el impacto que tiene en la confiabilidad de un sistema tanto la confiabilidad de sus componentes como la arquitectura del sistema.
- Evaluar el impacto que tiene en la arquitectura de un sistema tanto la confiabilidad como la disponibilidad de sus componentes.

**Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II**

**CONTENIDOS:**

**Introducción**

- Caracterización Cuantitativa
- Condiciones de funcionamiento

**Propiedades Estructurales de Sistemas Coherentes**

- Estructuras Coherentes
- Configuración en serie
- Configuración paralela
- Configuración k de n
- Representación de Sistemas Coherentes
- Modelo para el tiempo de funcionamiento.

**Confiabilidad de Sistemas Coherentes**

- Confiabilidad de sistemas de componentes independientes
- Asociación de variables aleatorias
- Límites de sistemas confiables
- Aplicaciones a monitoreo de sistemas.

**Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II**

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Clases expositivas acompañadas de ejercicios prácticos y realización de un proyecto de investigación sobre un tema particular.

**Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II**

**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Examen escrito al final del Módulo sobre materias tratadas.

**INDICACIONES PARTICULARES:**

**Electivo: Confiabilidad y Disponibilidad de Sistemas I y II**, Profesor: Reinaldo Vallejos

**BIBLIOGRAFÍA:**

- Statistical theory of reliability and life testing: probability models; Richard E. Barlow, Frank Proschan, 1981.
- System Reliability Theory: Models, Statistical Methods, and Applications, 2nd Edition (Wiley Series in Probability... by Marvin Rausand and Arnljot Høyland (Dec 5, 2003)
- Reliability, Maintainability And Risk: Practical Safety-Related Systems Engineering Methods, David J. Smith. Elsevier, 29-06-2011.

<b>ELABORADO</b> <b>APROBADO</b> <b>FECHA</b>	Departamento de Industrias Enero 2013	<b>OBSERVACIONES:</b> Ultima vez que se dictó Abril 2013
---	--	--



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

<b>ASIGNATURA: Electivo: Design Thinking</b>		<b>SIGLA:</b>
<b>Prerrequisitos:</b>	<b>Créditos USM:</b>	<b>Créditos SCT: 1</b>
<b>Horas de Cátedra: 16</b>	<b>Horas Semanales Ayudantía:</b>	<b>Horas Semanales Lab.:</b>

**OBJETIVOS:**

**Electivo: Design Thinking: Metodología y puesta en Práctica**

**Objetivo del Módulo:**

Herramienta activa para la práctica del Design Thinking.

- a) Conocer el Design Thinking y su utilidad
- b) Trabajar la metodología Design Thinking
- c) Entender el proceso de implantación
- d) Trabajar la posible implantación del Design Thinking en su empresa

**Electivo, Design Thinking: Metodología y puesta en Práctica**

**CONTENIDOS:**

- Que es el Design Thinking y para que sirve
- Metodología: Los cinco pasos
- Integración de empatía, creatividad y racionalidad para innovar.
- Brainstorming, cardstoring y malla receptora de información.
- Construcción de prototipos con empatía para evaluar y para decidir
- Ejemplos de compañías que aplican Design Thinking.

**METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

- Sesiones de trabajo muy prácticas. El 80% del curso se desarrolla con el aprendizaje práctico con vídeos, ejercicios, ejemplos, casos y experiencias de expertos. Análisis de empresas que trabajan con Design Thinking.



**SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

**Electivo: Design Thinking: Metodología y puesta en Práctica**

**EN FUNCIÓN DE LA PARTICIPACION EN LOS CASOS PRACTICOS Y LAS INTERVENCIONES EN CLASE.**

**INDICACIONES PARTICULARES:**

Electivo: Design Thinking: Metodología y puesta en Práctica;

**Profesor:** Leopoldo Alandete Medrano

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Design Thinking: Metodología y puesta en Práctica**

- Change by Design. Tim Brown. Harper Business. 2.009.
- Rotman on Design. Roger Martin and Karen Christensen (Editors). University of Toronto Press, 2013.
- Design Thinking Innovacion en negocios. MJV Press.
- Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School. Idris Moote. Editorial Wiley.

<b>ELABORADO</b>	MBA, USM. Departamento de Industrias. Marzo de 2014.	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		
<b>FECHA</b>		



**UNIVERSIDAD TÉCNICA FEDERICO SANTA MARÍA**  
**Escuela de Graduados / Departamento de Industrias**

<b>ASIGNATURA: Electivo: Taller de Presentaciones Efectivas</b>		<b>SIGLA:</b>
Prerrequisitos:	Créditos USM:	Créditos SCT: 1
Horas de Cátedra: 8	Horas Semanales Ayudantía:	Horas Semanales Lab.:

**OBJETIVOS:**

**Electivo: Taller de Presentaciones Efectivas**

**Objetivo del Módulo:**

- Mejorar las comunicaciones interpersonales y desarrollar habilidades para realizar presentaciones en reuniones de trabajo o de negocios y frente a un plenario o a un auditorio.

**Al término del Taller, los participantes serán capaces de:**

- Desarrollar habilidades de Comunicación
- Comprender el Rol y Conductas del Orador
- Estructurar la comunicación de acuerdo a un objetivo
- Ejercicios para disminuir el temor y la ansiedad
- Conocer el Proceso de una presentación
- Organizar de un Discurso
- Crear empatía con el auditorio
- Utilizar adecuadamente el lenguaje corporal
- Practicar oralmente la lectura de un texto escrito
- Acrecentar nuestras habilidades de relaciones interpersonales
- Ejercicios prácticos sobre diferentes tipos de presentaciones individuales
- Producir una presentación en power point sobre un tema asignado.

## **Electivo, Taller de Presentaciones Efectivas**

### **CONTENIDOS:**

#### **I**

**Bienvenida,** Organización de los Grupos e Introducción  
Comunicando Efectivamente

- Rol del Orador
- Actitud y Responsabilidad del Orador y del Auditorio

**Ejercicio Práctico:** *Presentación Individual Personal de un Orador*

#### **II**

**Enfrentando la Ansiedad**

- Temor frente a un auditorio
- Curas para enfrentar el temor

**Ejercicios para disminuir la ansiedad**

#### **III**

**Proceso de una Presentación**

- Antes – Durante – Después
  - Primer contacto con el auditorio
  - Relación con el auditorio
- Empatía y Gestos Empáticos

#### **IV**

**Organización de un Discurso**

- Organización de un Discurso

**Estructura y Ejercicio Práctico:** *Narración de una Historia, Compartir una Experiencia y Entregar una Recomendación.*

#### **V**

**Lenguaje Corporal**

- Concepto
- Propósitos
- Impacto del Lenguaje Corporal en una Comunicación
- Importancia del Lenguaje Corporal
- Barreras a su uso
- Contacto Visual con el Auditorio
- El Lenguaje Corporal: Recomendaciones

**Ejercicio :** *Expresión Corporal y Desarrollo de un Lenguaje Corporal*

**Lectura de un Texto Escrito**

- Elementos utilizados para la lectura de textos y su impacto
- ***Ejercicio Práctico: Lectura de un Texto Escrito***

## **VI**

### **Estructura de una Presentación para Informar**

- ***Estructura y Ejercicio Práctico: Presentación para informar***
- 
- **Asignación del Trabajo Final. Producir una Presentación en Power Point**
- Resumen y Conclusiones
- Compromiso personal de aplicación a futuro
- Mayor beneficio del curso
- Clausura, Cierre y Despedida

### **METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

El curso se caracteriza por ser un entrenamiento práctico y participativo. Será un curso, con énfasis en lo vivencial, con participación activa de los alumnos, en el cual se utilizarán módulos expositivos, acompañados de ejercicios individuales y grupales. El método combinará el desarrollo y la exposición de conceptos con ejercicios prácticos y presentaciones personales.

Se entregará a los participantes un manual que contiene materia, transparencias y ejercicios utilizados durante el curso.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

#### **Electivo: Taller de Presentaciones Efectivas**

Participación en Clases y Ejercicios	50%
Trabajo Final:	50%

### **INDICACIONES PARTICULARES:**

Electivo: Taller de Presentaciones Efectivas

**Profesor: Augusto Ceollo H.**

**BIBLIOGRAFÍA:**

**Electivo: Taller de Presentaciones Efectivas.**

Se entregará a los alumnos los apuntes correspondientes a las materias tratadas en clase, los cuales incluyen la secuencia de las diapositivas, lecturas y ejercicios utilizados en el curso.

<b>ELABORADO</b>	MBA, USM. Departamento de Industrias. Marzo de 2014.	<b>OBSERVACIONES:</b>
<b>APROBADO</b>		
<b>FECHA</b>		