



# **Universidad de Concepción**

**Escuela de Administración y Negocios**

**Carrera: Ingeniería Comercial  
Plan de Estudio 2014**

**Enero, 2014**

## INDÍCE GENERAL

I.	Descripción General.	3
II.	Grado Académico o Título Profesional que Otorga.	3
III.	Objetivos de la Carrera.	3
IV.	Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción.	3
V.	Distribución de los Créditos en las Actividades Curriculares.	5
VI.	Actividades Finales de Graduación o Titulación.	5
VII.	Ordenamiento de las Actividades Curriculares.	6
VIII.	Programas de las Asignaturas.	13

## **I. DESCRIPCIÓN GENERAL.**

### **A. Antecedentes Generales:**

La carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Concepción se orienta a la formación de profesionales con sólidos conocimientos en ciencias económicas y administrativas que les permitan contribuir efectiva y eficientemente en las distintas áreas de su desempeño, con un alto nivel de excelencia, responsabilidad social, compromiso ético, creatividad y emprendimiento. La rigurosa formación académica constituye la base para formar profesionales innovadores y con visión de futuro capaces de generar y difundir nuevos conocimientos científicos y profesionales.

El programa de Licenciatura en Ciencias de la Administración de Empresas tiene como competencias distintivas la preocupación por crear y administrar negocios y empresas.

## **II. GRADO ACADÉMICO O TÍTULO PROFESIONAL QUE OTORGA.**

**Título Profesional:** Ingeniero Comercial.

**Grado Académico:** Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas.

## **III. OBJETIVOS DE LA CARRERA.**

Los objetivos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Concepción son:

- Crear ambientes de aprendizaje centrados en el estudiante, enfatizando en una modalidad de enseñanza que releva los aspectos prácticos por sobre los teóricos, familiarizando a los estudiantes con la aplicación, formándolos para contribuir de forma concreta en su desempeño profesional.
- Construir un proceso de formación vinculado con las organizaciones y el entorno real.
- Contribuir al logro de los objetivos institucionales, formando profesionales que responden a las expectativas de desarrollo planteadas en el modelo educativo de la universidad.
- Contribuir a elevar la calidad de los procesos económicos y administrativos para mejorar la competitividad de las empresas y organizaciones.

## **IV. PERFIL DE EGRESO DEL INGENIERO COMERCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE CONCEPCION.**

### **1. Presentación:**

El Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción es un profesional sólidamente formado en las Ciencias de la Administración de Empresas y Economía, competente en gestión de empresas e instituciones y en el análisis y evaluación del funcionamiento económico y su entorno.

Su formación académica hace del Ingeniero Comercial un profesional integral, capaz de analizar, evaluar y resolver problemas, liderar equipos de trabajo, tomar decisiones, innovar y emprender en las áreas de su competencia.

El Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción está capacitado para continuar estudios de postgrado.

## **2. Ámbitos de Desempeño y Competencias:**

Dada su formación y competencias desarrolladas, el Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción está habilitado para desempeñarse eficientemente en los siguientes ámbitos de desempeño:

1. Alta dirección.
2. Gestión comercial, financiera y de recursos humanos.
3. Evaluación de proyectos.
4. Análisis y predicción económica en empresas e instituciones públicas y privadas, nacionales y extranjeras.

Además, puede ejercer en forma independiente la profesión a través de asesorías o consultorías y en la creación y desarrollo de emprendimientos.

En síntesis, el profesional egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial posee conocimientos, habilidades y actitudes fundamentales en:

- Pensamiento analítico respecto a situaciones de la realidad económica, social y empresarial.
- Pensamiento proactivo, estratégico y sistémico respecto del entorno que le compete y que lo habilita para optimizar una toma de decisiones responsable.
- Pensamiento crítico respecto del acontecer económico, social y empresarial.

## **3. Competencias:**

El profesional egresado de la Carrera de Ingeniería Comercial posee las siguientes competencias:

### **3.1 Competencias Específicas:**

1. Gestionar operaciones.
2. Elaborar, analizar e interpretar material estadístico e información contable.
3. Analizar e interpretar el marco legal laboral, comercial y tributario.
4. Realizar análisis financiero.
5. Aplicar la lógica económica en la toma de decisiones.
6. Realizar análisis micro y macroeconómico.
7. Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos.
8. Tomar decisiones económicas y empresariales.
9. Desarrollar la propia empresa.
10. Investigar en sus ámbitos de desarrollo.
11. Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización.

12. Administrar recursos y optimizar su uso.
13. Implementar y gestionar cambios organizacionales y económicos.
14. Desarrollar e implementar estrategias competitivas.
15. Diseñar y definir estrategias de recursos humanos, financieros, productivos y de marketing.
16. Diseñar, aplicar e interpretar modelos económicos.
17. Incrementar la rentabilidad y el valor financiero de la empresa.
18. Identificar y administrar los riesgos de los negocios.
19. Formular, preparar, gestionar y evaluar proyectos.
20. Conducir y liderar todo tipo de organizaciones, tanto del sector público como privado.

### 3.2 Competencias Genéricas:

21. Actuar ética y socialmente responsable.
22. Trabajar en equipos interdisciplinarios.
23. Comunicarse con efectividad en forma oral y escrita utilizando un lenguaje disciplinar.
24. Aplicar el pensamiento crítico en la resolución de problemas propios de la disciplina.
25. Utilizar tecnologías de la información y la comunicación.
26. Crear, innovar y emprender.

## V. DISTRIBUCIÓN DE LOS CRÉDITOS EN LAS ACTIVIDADES CURRICULARES.

<b>Resumen actividades curriculares</b> <b>Plan de Estudios de Ingeniería Comercial con Licenciatura en</b> <b>Ciencias de la Administración de Empresas</b>	<b>Créditos</b> <b>SCT</b>	<b>Créditos</b> <b>UdeC</b>
Total de créditos en asignaturas obligatorias	228	165
Total de créditos en asignaturas electivas	68	48
Total de créditos en asignaturas complementarias	3	2
Total de créditos en asignaturas de libre elección	0	0
Total de créditos en actividades del tipo práctica (laboral, profesional)	0	0
Total de créditos en actividades de habilitación profesional	0	0

## VI. ACTIVIDADES FINALES DE GRADUACIÓN O TITULACIÓN.

### a) Grado académico de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas:

Para obtener el grado académico de Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas es requisito haber aprobado todas las asignaturas (obligatorias y complementarias) del Ciclo Básico (139 créditos) y las obligatorias y electivas contempladas en el Ciclo de Licenciatura en Ciencias de la Administración de Empresas (34 créditos) del Plan de Estudios de la Carrera.

**b) Título Profesional de Ingeniero Comercial:**

Haber Aprobado 42 créditos (60SCT) de asignaturas obligatorias y electivas del Ciclo Profesional, para así completar 215 créditos (299 SCT) que exige el Plan de Estudios de Ingeniería Comercial de la Universidad de Concepción.

Las asignaturas Electivas de Licenciatura y Electivas Profesionales se ofrecen conforme a la demanda y disponibilidad de recursos académico.

**VII. ORDENAMIENTO DE LAS ACTIVIDADES CURRICULARES DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL.**

**1. Ciclos del Plan de Estudios:**

El Plan de Estudios de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Concepción comprende un total de 215 créditos (299 créditos SCT) y está estructurado para 10 semestres (5 años) de duración. Contempla los siguientes ciclos:

**1.1 Ciclo Básico: Total 139 créditos (191 SCT).**

Comprende el aprendizaje de conocimientos, habilidades y actitudes involucrados en las Ciencias Económicas y de la Administración de Empresas. Incluye asignaturas de matemática, estadística, contabilidad, organizaciones, administración, economía, derecho, inglés y otros de formación general, tales como: lenguaje y comunicación y asignaturas complementarias de la Universidad de Concepción, entre otras. Corresponde a 6,5 semestres.

**1.2 Ciclo de Licenciatura en Ciencias de la Administración de Empresas: Total de 34 créditos (48 SCT).**

Comprende asignaturas diferenciadas, acorde a la opción de formación académica del alumno, que profundizan o amplían los aprendizajes de conocimientos, habilidades y actitudes asociadas al estudio de las Ciencias Económicas y de la Administración de Empresas. Se ubica entre los semestres 7º y 8º.

**1.3 Ciclo Profesional: Total de 42 créditos. (60 SCT).**

Comprende asignaturas obligatorias y electivas que permiten aplicar conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas en los ciclos anteriores, además de proporcionar la oportunidad para que los alumnos orienten sus estudios hacia materias profesionales en áreas aplicadas a la Economía y la Administración de Empresas. Además permite, a través de la oferta, canalizar el desarrollo de nuevos aprendizajes y mantener constantemente un plan de estudios actualizado y acorde a los requerimientos profesionales y del mercado laboral. Corresponde a los semestres 9º y 10º.

**Título : Ingeniero Comercial**  
**Grado: Licenciado en Ciencias de la Administración de Empresas**

<b>PRIMER SEMESTRE</b>											
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición	Depto. o Facultad
		T	P	L	TA						
136201	Gestión de Empresas	4	2	0	12	5	7	S	O	No tiene	Escuela de Administración y Negocios
136202	Cálculo I	4	2	0	12	5	7	S	O	No tiene	Escuela de Administración y Negocios
136203	Economía I	3	2	0	10	4	6	S	O	No tiene	Escuela de Administración y Negocios
136204	Álgebra I	4	2	0	10	5	6	S	O	No tiene	Escuela de Administración y Negocios
136205	Derecho Corporativo I	2	2	0	6	3	4	S	O	No tiene	Escuela de Administración y Negocios

T: Teórica, P: Práctica, L: Laboratorio, TA: Trabajo Académico Semanal, A: Anual, S: Semestral, O: Obligatoria, E: Electiva, C: Complementaria, LE: Libre Elección.

<b>SEGUNDO SEMESTRE</b>												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136206	Gestión de Personas I	2	2	0	6	3	4	S	O	136201	Gestión de Empresas	Escuela de Admin. y Negocios
136207	Contabilidad I	4	2	0	12	5	7	S	O	136205	Derecho Corporativo I	Escuela de Admin. y Negocios
136208	Cálculo II	3	2	0	10	4	6	S	O	136202	Cálculo I	Escuela de Admin. y Negocios
136209	Álgebra II	4	2	0	12	5	7	S	O	136204	Álgebra I	Escuela de Admin. y Negocios
136210	Economía II	3	2	0	10	4	6	S	O	136203	Economía I	Escuela de Admin.. y Negocios

TERCER SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136211	Cálculo III	3	2	0	10	4	6	S	O	136208	Cálculo II	Escuela de Administración y Negocios
136212	Contabilidad II	4	2	0	12	5	7	S	O	136207	Contabilidad I	Escuela de Administración y Negocios
136213	Microeconomía I	3	2	0	10	4	6	S	O	136203	Economía I	Escuela de Administración y Negocios
136214	Estadística I	3	2	0	10	4	6	S	O	136209	Álgebra II	Escuela de Administración y Negocios
										136208	Cálculo II	
136215	Tecnologías de la Información I	2	0	0	3	2	2	S	O	No tiene		Escuela de Administración y Negocios
136216	Formación General I	2	0	0	5	2	2	S	O	No tiene		Escuela de Administración y Negocios

CUARTO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136217	Macroeconomía I	3	2	0	10	4	6	S	O	136210	Economía II	Escuela de Admin. y Negocios
136218	Cálculo Financiero	2	2	0	8	3	5	S	O	136208	Cálculo II	Escuela de Admin. y Negocios
136219	Tecnologías de Información II	3	0	0	6	3	4	S	O	136215	Tecnologías de la Información I	Escuela de Admin. y Negocios
136220	Contabilidad de Costos	3	2	0	10	4	6	S	O	136207	Contabilidad I	Escuela de Admin. y Negocios
136221	Inglés Comunicativo 1 Nivel Principiante	2	3	0	5	3	3	S	O	No tiene		Escuela de Admin. y Negocios
136222	Estadística II	3	2	0	10	4	6	S	O	136214	Estadística I	Escuela de Admin. y Negocios



QUINTO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136223	Finanzas I	3	2	0	10	4	6	S	O	136218	Cálculo Financiero	Escuela de Admin. y Negocios
136224	Gestión de Marketing I	3	2	0	8	4	5	S	O	136201	Gestión de Empresas	Escuela de Admin. y Negocios
136225	Inglés Comunicativo 2 Nivel Elemental	2	3	0	5	3	3	S	O	136221	Inglés Comunicativo 1 Nivel Principiante	Escuela de Admin. y Negocios
136226	Derecho Corporativo II	2	2	0	6	3	4	S	O	136205	Derecho Corporativo I	Escuela de Admin. y Negocios
136227	Microeconomía II	3	2	0	10	4	6	S	O	136213	Microeconomía I	Escuela de Admin. y Negocios
136228	Métodos Cuantitativos	3	2	0	10	4	6	S	O	136209	Álgebra II	Escuela de Admin. y Negocios

SEXTO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136229	Finanzas II	3	2	0	10	4	6	S	O	136223	Finanzas I	Escuela de Admin. y Negocios
136230	Gestión de Operaciones	3	2	0	8	4	5	S	O	136228	Métodos Cuantitativos	Escuela de Admin. y Negocios
136231	Econometría I	3	2	0	8	4	5	S	O	136222	Estadística II	Escuela de Admin. y Negocios
136232	Macroeconomía II	3	2	0	10	4	6	S	O	136217	Macroeconomía I	Escuela de Admin. y Negocios
136233	Administración Estratégica I	3	2	0	8	4	5	S	O	136223	Finanzas I	Escuela de Admin. y Negocios
136234	Inglés Comunicativo 3 Nivel Básico	2	3	0	5	3	3	S	O	136225	Inglés Comunicativo 2 Nivel Elemental	Escuela de Admin. y Negocios

SÉPTIMO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136235	Evaluación de Proyectos	4	0	0	10	4	6	S	O	136227	Microeconomía II	Escuela de Admin. y Negocios
										136223	Finanzas I	
136236	Inglés Comunicativo 4 Nivel Básico Alto	2	3	0	5	3	3	S	O	136234	Inglés Comunicativo 3 Nivel Básico	Escuela de Admin. y Negocios
---	Formación General II	2	0	0	5	2	3	S	C	--	--	
136237	Gestión de Marketing II	4	0	0	10	4	6	S	O	136224	Gestión de Marketing I	Escuela de Admin. y Negocios
136238	Gestión de Personas II	4	0	0	12	4	7	S	O	136233	Administración Estratégica I	Escuela de Admin. y Negocios
---	Electivo de Licenciatura	-	-	-	8	4	5	S	E	--	--	Escuela de Admin. y Negocios

OCTAVO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición		Depto. o Facultad
		T	P	L	TA							
136239	Administración Estratégica II	5	0	0	12	5	7	S	O	136233	Administración Estratégica I	Escuela de Admin. y Negocios
136240	Metodología de la Investigación en Administración	5	0	0	13	5	8	S	O	136233	Administración Estratégica I	Escuela de Admin. y Negocios
---	Electivo de Licenciatura	-	-	-	-	4	5	S	E	---		
---	Electivo de Licenciatura	-	-	-	-	4	5	S	E	---		
---	Electivo de Licenciatura	-	-	-	-	4	5	S	E	---		

NOVENO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición	Depto. o Facultad	
		T	P	L	TA							
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E			
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E			
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E			
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E			
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E			

DÉCIMO SEMESTRE												
Código	Nombre Asignatura	Horas				Créditos UdeC	Créditos STC	Duración A-S	Calidad O-E-C	Prerrequisito o condición	Depto. o Facultad	
		T	P	L	TA							
136241	Trabajo Profesional en Administración	10	0	0	19	10	12	S	O	136240	Metodología de la Investigación en Administración	Escuela de Admin. y Negocios
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E	---		
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E	---		
---	Electivo Profesional	-	-	-	-	4	6	S	E	---		

## **PROGRAMAS DE ASIGNATURAS**

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Empresas</b>		
Código: <b>136201</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: 1	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre I	
Trabajo Académico: 12		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 2	Horas Autónomas: 6

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia el concepto de la empresa en los sistemas económicos, sus componentes y la relación con el medio ambiente.

También incluye el estudio del proceso administrativo y sus etapas: planeación, organización, dirección y control.

Esta Asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la organización.
- Aplicar el pensamiento crítico en la resolución de problemas propios de la disciplina. Comunicarse con efectividad en forma oral y escrita utilizando un lenguaje científico.
- Trabajar en equipos interdisciplinarios.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Comprender el rol de las organizaciones en los sistemas económicos
2. Entender la relación de las organizaciones con su entorno
3. Conocer las funciones de los componentes de las Organizaciones
4. Comprender los problemas de gestión y conocer el proceso administrativo.
5. Conocer las principales funciones operacionales de una organización: definir y describir los problemas administrativos y aplicar las etapas del proceso administrativo.
6. Resolver problemas básicos de gestión de empresas.
7. Conocer situaciones reales de empresas y exponerlas en clase.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Concepto, importancia y funciones de las Empresas en los Sistemas Económicos.
- II. Estudio de los entornos de las Empresas y de las funciones que la componen.
- III. Roles de los Ejecutivos y Empresarios.
- IV. Proceso Administrativo

### V.- METODOLOGIA.

- Clases expositivas y participativas

- Desarrollo y presentación de trabajos grupales sobre temas teóricos y de visitas a Empresas.
- Lectura de Temas analizados en clase.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO**

9702605555	Administración	Robbins/Coulter	Prentice Hall	2005
B				
9705607604	Administración	Hitt, Black, porter	Prentice Hall	2006
B				

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Cálculo I</b>			
Código: <b>136202</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7	
Prerrequisitos: No tiene			
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral	
Semestre en el plan de estudios:		Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre I	
Trabajo Académico: 12			
Horas Teóricas: 4 Horas Prácticas: 2 Horas Laboratorio: 0 Horas de otras actividades: 6			

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que introduce al estudiante en los conceptos básicos del cálculo diferencial y sus aplicaciones económicas y administrativas.

Los contenidos constituyen la base del cálculo diferencial para otras asignaturas del plan de estudios.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al terminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Resolver desigualdades con o sin valor absoluto
2. Identificar los lugares geométricos que representan rectas o cónicas
3. Calcular el límite de una función real usando propiedades de límites
4. Aplicar el concepto de límite de funciones en el análisis de la continuidad de una función en un punto o intervalo.
5. Encontrar la derivada de una función real o derivadas de orden superior usando reglas de derivación.
6. Aplicar el concepto de la derivada para graficar funciones o en la solución de problemas de optimización en el área de la economía.
7. Aplicar el teorema de L'Hôpital para evitar indeterminaciones al calcular límites.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Números reales: Desigualdades. Valor absoluto
- II. Elementos de Geometría Analítica: distancia, rectas, circunferencia, elipse, hipérbola, parábola.
- III. Límites y continuidad: idea intuitiva. Definición y propiedades. Técnicas para calcular límites. Límites laterales. Límite infinito al infinito y asíntotas. Continuidad. Teorema del máximo y mínimo para funciones continuas. Teorema del valor intermedio.
- IV. Derivadas: definición de derivada, reglas de derivación, regla de la cadena, derivadas de orden superior y derivación implícita.
- V. Aplicaciones de la derivada: idea geométrica, física y variaciones relacionadas. Teorema del valor medio. Criterios de la primera y segunda derivada. Crecimiento y concavidad. Problemas de máximo y mínimo.
- VI. Aplicaciones a la economía: funciones de costo marginal, demanda marginal, ingreso marginal. Aproximaciones. Elasticidad de la demanda.

VII. Derivada de las funciones inversas: derivada de función exponencial y logaritmo de funciones trigonométricas inversas. Regla de L'Hôpital.

**V.- METODOLOGIA.**

- Cuatro horas de clases teóricas y dos de clases prácticas
- Listado de ejercicios de cada materia
- Atención individual de estudiantes en la oficina

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

ISBN	Título	Autor	Editorial	Año T
9586002470	Cálculo Aplicado a Administración, Economía, Contaduría y Ciencias Sociales	Hoffmann, Laurence D., Bradley, Gerald L.	McGraw-Hill	1995 B
970686654X	Cálculo	Stewart, James	Cengaga Learning	2008 B
9568029516	Cálculo I	Contreras, A. Mennickent, H.	Universidad de Concepción	2009 C



## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>ECONOMÍA I</b>		
Código: <b>136203</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial-3511-Semestre I	
Trabajo Académico:10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Horas Autónomas: 5		

### II.- DESCRIPCION.

Asignatura que introduce al estudiante al estudio de la economía, su método de trabajo y análisis. Se concentra en el problema económico y las vías para resolverlo, particularmente el rol que juegan los mercados como asignadores de recursos.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias genéricas y técnicas del perfil de egreso:

- Realizar análisis económico.
- Diseñar, aplicar e interpretar modelos económicos.
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos cuantitativos y cualitativos,
- Aplicar la lógica económica al análisis de actualidad.
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica.
- Leer y comprender en su ámbito de conocimientos

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Identificar y comprender problemas económicos.
2. Comprender el concepto de costo de oportunidad.
3. Identificar distintas vías a través de las cuales el hombre resuelve el problema económico.
4. Comprender el método de análisis económico (método científico).
5. Distinguir entre la economía positiva y normativa.
6. Aplicar el instrumental gráfico y matemático en el análisis económico.
7. Comprender el rol de la especialización y los factores que la determinan.
8. Comprender el rol que juega el mercado como asignador de recursos.
9. Comprender como se determinan los precios en mercados de bienes e insumos no transables y mercados transables.
10. Comprender como cambios exógenos afectan el equilibrio de un mercado.
11. Comprender el concepto de elasticidad.
12. Comprender el rol de las elasticidades en el análisis del equilibrio.
13. Identificar las imperfecciones en el funcionamiento de los mercados y sus consecuencias en el funcionamiento económico.

#### **IV.- CONTENIDOS.**

- I. El Problema Económico y la Ciencia Económica.
- II. Especialización, división del trabajo e intercambio; ventajas comparativas.
- III. Formas de resolver el problema económico
- IV. Oferta, Demanda y determinación de los precios

#### **V.- METODOLOGIA.**

El curso está organizado en unidades pedagógicas. Cada una de estas unidades incluye clases expositivas y discusión de temas de actualidad y problemas ficticios a través de ejercicios desarrollados en tutorías. Utiliza instrumental gráfico y analítico algebraico elemental, centrado en modelos gráficos bidimensionales.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

8448141563 McGraw-Hill Gregory Mankiw. Principios de Economía. 2007 B  
8448151542 Economía Paul Samuelson y William Nordhaus, McGraw-Hill 2002 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Algebra I</b>		
Código: <b>136204</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre I	
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 4	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que entrega todos aquellos conceptos básicos de algebra y sus aplicaciones al área económica y administrativa.

Los contenidos constituyen la base algebraica para otras asignaturas del plan de estudio.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al terminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Utilizar la simbología de la lógica proposicional y conjuntos como lenguaje matemático.
2. Demostrar proposiciones usando el principio de inducción matemática
3. Resolver problemas de progresiones aritmética, geométrica y de elementos de matemática financiera.
4. Identificar cuando una relación es función entre dos conjuntos.
5. Reconocer cuando una función es inyectiva, sobreyectiva, biyectiva e inversa.
6. Operar con funciones de variable real
7. Aplicar modelos de funciones con una variable real en la solución de problemas de economía
8. Encontrar las raíces de una ecuación de grado superior a dos usando polinomios y números complejos.
9. Descomponer una función racional en suma de fracciones parciales.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Lógica: Proposición, valor de verdad, conectivos lógicos, tablas de verdad
- II. Conjuntos: Definiciones y operaciones, conjuntos numéricos: Números naturales, enteros, reales y números complejos.
- III. Inducción Matemática: Teorema del Binomio, progresiones aritmética y geométrica
- IV. Funciones: Definición, dominio, co-dominio, recorrido, gráfico. Funciones inyectivas, sobreyectivas y función inversa. Operaciones con funciones: suma, producto, producto por un escalar, cuocientes y composición.
- V. Funciones crecientes, decrecientes, par e impar. Aplicaciones a problemas de economía, funciones de oferta, demanda, ingresos, costos, utilidad.
- VI. Función exponencial y logarítmica: Definición, propiedades y gráficos. Aplicaciones a problemas de crecimiento y decrecimiento. Ecuaciones.

- VII. Funciones circulares: Definición de las funciones circulares para números reales. Identidades fundamentales, gráficos, propiedades, teoremas de senos y cosenos.
- VIII. Números complejos: definiciones, forma polar, teorema de De Moivre y raíces.
- IX. Polinomios: anillo de los polinomios, raíces de polinomios, descomposición en fracciones parciales.
- X. Elementos de matemática financiera: interés simple y compuesto, rentas y amortización.

**V.- METODOLOGIA.**

Tres horas de clases teóricas y dos de clase práctica  
 Listado de ejercicios de cada materia  
 Atención individual de estudiantes en oficina

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

ISBN	Título	Autor	Editorial	Año T
9684225636	Matemáticas aplicadas para Administración, Economía y Ciencias Sociales	Budnick, Frank, S.	McGraw-Hill	1994 C
9584101625	Algebra y Trigonometría	Zill, D.G., Dewar, J.M.	McGraw-Hill	1999 B
9568029680	Algebra	Campos, M. Contreras, A Neira L	Universidad de Concepción	2006 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Derecho Corporativo I</b>		
Código: <b>136205</b>	Créditos: 3	Créditos SCT: 4
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios:	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre I	
Trabajo Académico:6		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio
Horas Autónomas: 2		

### II.- DESCRIPCION.

Esta asignatura tiene por objeto dar una visión amplia y global del derecho. Especialmente se centra en dar una visión de conjunto del derecho laboral con énfasis en el análisis de la jurisprudencia judicial y de la Dirección del Trabajo más reciente resolviéndose las consultas prácticas de los participantes.

Además, se analizan los principios generales del comercio, la actividad que desarrolla el sujeto como persona individual, hasta llegar a la concepción moderna de empresa. Se analizan en detalle las diversas figuras societarias que permiten organizar jurídicamente la actividad empresarial.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

1. Comprender de forma global y sistemática el mundo del derecho en la dinámica corporativa.
2. Analizar la normativa laboral vigente en Chile y sus alcances.
3. Definir los principios doctrinarios y normas legales que regulan la actividad de los comerciantes en el campo jurídico.
4. Comprender las principales disposiciones del Código del Comercio y Leyes Complementarias acerca de los actos de comercio a fin de facilitar el ejercicio de la profesión.

### IV.- CONTENIDOS.

#### Parte I: Introducción al Derecho y Derecho Civil

- Introducción al Derecho. Visión general del curso.
- Concepto de Derecho. Fines del Derecho.
- La ley y sus efectos.
- La Constitución Económica y sus principios.
- El rol subsidiario del Estado. Iniciativa privada.
- La libertad económica y de empresa.
- Protección legal de la libertad económica y de empresa. (amparo y protección)
- El Orden Público Económico.
- La Economía Social de Mercado.
- La seguridad jurídica como valor legal y económico.

#### Parte II: Derecho Laboral

- Conceptos, finalidades y tendencias

- Instituciones de derecho laboral y empresa
- Principios generales
- Legislación laboral en Chile
- El Contrato de Trabajo: Procedimientos y resguardos básicos
- Trabajo de mujeres y protección de la maternidad
- Jornada de trabajo y feriados
- Remuneraciones y su protección
- Reglamento Interno y contratos especiales
- Término de la relación laboral.
- Indemnizaciones legales.
- Ley de Seguro de cesantía.
- Ley de subcontratación.
- La Negociación colectiva.

### **Parte III: Derecho Comercial**

- Derecho Comercial: Derecho de la empresa.
- Los actos de comercio y la actividad del comerciante.
- El comerciante: Empresario individual y colectivo.
- Obligaciones legales mínimas de la empresa.
- Derecho de sociedades: sociedad responsabilidad limitada, sociedad anónima, empresa individual de responsabilidad limitada y el contrato de asociación.
- Fusión y absorción de sociedades
- Contratos mercantiles: compraventa, prenda, hipoteca, agencia, distribución, franchising, licencia, know-how, corretaje, comisión, mandato, factoring y leasing.
- Títulos de créditos

### **V.- METODOLOGIA.**

Durante el curso se usarán uno o más de los siguientes métodos de enseñanza, a elección del profesor:

- Exposición oral del profesor, con apoyo audiovisual cuando el tema lo requiera y participación directa de los estudiantes a través de preguntas y el debate entre profesor y estudiante.
- Entrega de material escrito para el estudio y análisis de los estudiantes y el posterior debate en clase.
- Trabajos de investigación y análisis grupales con exposición oral ante el curso y profesor.
- Dinámica de grupos para la resolución de preguntas o ejercicios sobre la materia durante las clases.

### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

ISBN Título Autor Editorial Año T

9561012057 Derecho Penal Etcheberry Alfredo Jurídica de Chile 1998 B

9561010976 Curso de Derecho Civil Figueroa Gonzalo Jurídica de Chile 2006 C

9789561017627 Manual de Derecho Civil Meza Barros Ramón Jurídica de Chile 2008 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Personas I</b>		
Código: <b>136206</b>	Créditos: 3	Créditos SCT: 4
Prerrequisitos: 136201 Gestión de Empresas		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios:	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre II	
Trabajo Académico: 6		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio
Horas Autónomas: 2		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia y analiza los criterios y alcances de la gestión de recursos en una empresa moderna, en un contexto sistémico. También abarca las actividades y procesos de la gestión de recursos humanos y los instrumentos y técnicas del uso habitual en el área.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

1. Gestionar recursos humanos, financieros, productivos y de marketing.
2. Administrar recursos y optimizar su uso.
3. Analizar y solucionar problemas en el área.
4. Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización
5. Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica.
6. Trabajar en equipo.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Comprender la importancia que tiene una adecuada administración de los recursos humanos para el logro eficiente y eficaz de los objetivos de una organización.
2. Identificar los procesos básicos que deben utilizarse en forma eficiente y eficaz para lograr una óptima administración de recursos humanos.
3. Definir las mejores formas de organizar internamente la administración de recursos humanos en una organización moderna.
4. Aplicar algunos instrumentos básicos de administración de recursos humanos en una organización y proponer soluciones para mejorar su funcionamiento.
5. Conocer las características básicas de los sistemas de previsión y salud laboral existentes en el país.
6. Analizar el manejo práctico de la administración de recursos humanos que se desarrolla en una organización de la zona, proponiendo soluciones a los problemas detectados.

### IV. CONTENIDOS.

- I. El mundo del trabajo y las relaciones laborales.
- II. La administración de recursos humanos en general.

- III. Las funciones, actividades y procesos básicos de la administración de recursos humanos.
- IV. La unidad de recursos humanos y su personal.
- V. La seguridad social.

#### **V.- METODOLOGIA.**

- Presencial: Clases expositivas y Análisis de Casos
- No presencial: Trabajo grupal de investigación en terreno y análisis grupales de situaciones prácticas.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

- 8497678079 Factbook Recursos Humanos/ Hay Group Navarra: Thompson 2006 C  
HayGroup/Sap Aranzadi, 2006
- 9684444885 Administración de Personal Dessler, Gary, México, D.F. 2001 B  
Gary Dessler 1942 Prentice-Hall
- 9701061047 Administración de recursos humanos: el capital humano de las organizaciones.  
/ México: McGraw-Hill, Chiavenato, Idalberto, c2007.



## Programa de Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACIÓN.

<b>Nombre: Contabilidad I</b>		
Código: <b>136207</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: 136205 Derecho Corporativo I		
Modalidad Presencial	Calidad: Obligatoria	Duración: Semestral
Semestre en el Plan de estudio: Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre II		
Trabajo Académico 12		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Horas Autónomas: 6		

### II.- DESCRIPCIÓN.

Asignatura que entrega contenidos teóricos y prácticos de la Contabilidad. Incluye terminología contable y conocimiento de los Estados Financieros básicos utilizados en el proceso de toma de decisiones de una empresa.

Esta asignatura aporta a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Analizar e interpretar información contable.
2. Analizar y solucionar problemas en el área
3. Leer y comprender en su ámbito de conocimientos

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Conocer la terminología contable básica.
2. Identificar los principales aspectos de la Normativa contable.
3. Clasificar las principales partidas contables
4. Identificar el flujo de información contable en la empresa
5. Identificar y explicar los Estados Financieros básicos en la empresa.
6. Registrar operaciones contables básicas utilizando la técnica contable.
7. Identificar y conocer el tratamiento de cuentas de Activos no Financieros y de cuentas relacionadas con el Resultado económico de la empresa.
8. Identificar, describir y valorar las principales cuentas de Pasivos de Largo Plazo
9. Conocer y comprender NIIF para PYMES.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. Introducción a contabilidad, marco conceptual, normativa contable, técnica contable.
- II. Sistema contable básico.
- III. .NIC 1 presentación de estados financieros
- IV. NIC/NIIF relacionadas con activos no financieros.
- V. NIC/NIIF relacionadas con resultado.
- VI. NIC/NIIF relacionadas con pasivos de largo plazo.
- VII. NIIF para PYMES.

## **V.- METODOLOGÍA.**

Presencial: Clases expositivas y desarrollo de talleres prácticos

No presencial: Investigación sobre temas del área para complementar las clases.

## **VI.- EVALUACIÓN.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII.- BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.**

### **Básicos**

Meigs, Robert, Contabilidad la base para decisiones gerenciales, Santa Fe de Bogotá, Irwin/McGraw-Hill (2000).

Fowler Newton, Enrique, Contabilidad Básica, Buenos Aires, La Ley (2003)

### **Complementario**

Valenzuela Acevedo, Marcelo, IFRS-NIIF, Santiago de Chile, Edimatri (2008)

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Cálculo II</b>		
Código: <b>136208</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136202 Cálculo I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios: 2	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre II	
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

En esta asignatura teórico-práctica se estudian los conceptos básicos de cálculo integral, series y sus aplicaciones a la economía.

Los contenidos constituyen la base del cálculo integral y series para otras asignaturas del plan de estudios.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al terminar con éxito la asignatura, el estudiante sea capaz de:

1. Calcular integrales de funciones usando reglas o métodos de integración
2. Calcular áreas de regiones planas usando las propiedades de la integral definida
3. Aplicar el cálculo integral en la solución de problemas del área económica-administrativa
4. Determinar la convergencia o divergencia de series infinitas
5. Aplicar las series geométricas en la solución de problemas del área de la economía
6. Utilizar polinomios de Taylor para aproximar funciones
7. Calcular integrales definidas usando métodos de integración numérica.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Integrales: La integral como antiderivada, métodos de integración por sustitución. La integral definida, área entre curvas. Teorema fundamental del cálculo. Función exponencial y logaritmo. Métodos de integración.
- II. Aplicaciones económicas del cálculo integral.
- III. Series: Series numéricas, criterios de convergencia. Series de potencias. Series de Taylor y Maclaurin. Integración y derivación de series de potencias. Cálculo aproximado de integrales.

### V.- METODOLOGIA.

Tres horas de clases teóricas y dos de clases prácticas

Listado de ejercicios de cada materia, con apoyo de listado de ejercicios

Atención individual de estudiantes en oficina

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

<b>ISBN</b>	<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Editorial</b>	<b>Año T</b>
970686654X	Cálculo	Stewart, James	Cengage Learning	2008 B
9586002470	Cálculo aplicado a administración, economía, contaduría y ciencias sociales	Hoffmann, Laurence D., Bradley, Gerald L.	McGraw-Hill	1995 B
9684442793	Cálculo en una variable	Thomas G.B., Finney, R.	Pearson	1998 C

Programa Asignatura : **ALGEBRA II**  
 Unidad Académica Responsable : Escuela de Administración y Negocios  
 Carrera a la que se imparte : Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Algebra II</b>		
Código: <b>136209</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: 136204 Algebra I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre II	
Trabajo Académico: 12		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 6		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que contiene todos aquellos conceptos básicos del algebra lineal y sus aplicaciones.

Los contenidos constituyen la base de algebra lineal para otras asignaturas del plan de estudios.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al terminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Aplicar adecuadamente los conceptos del algebra matricial y su operación en la solución de sistemas de ecuaciones lineales.
2. Operar con vectores y aplicar las propiedades de estas operaciones.
3. Determinar la ecuación vectorial de rectas y planos.
4. Operar con espacios y sub-espacios vectoriales.
5. Determinar la dependencia o independencia lineal de cualquier conjunto de vectores.
6. Identificar las transformaciones lineales.
7. Operar con transformaciones lineales y con valores y vectores propios de una matriz.
8. Calcular los valores y vectores propios de una matriz.
9. Resolver problemas que involucren transformaciones lineales y valores y vectores propios.

### IV. CONTENIDOS.

- Matrices: Definición, suma, producto por escalar, producto de matrices y propiedades. Operaciones elementales. Matrices cuadradas, matriz inversa y determinante, definición y propiedades. Rango de una matriz. Operaciones elementales y matrices equivalentes. Sistemas de ecuaciones lineales de m ecuaciones con n incógnitas, homogéneos y no homogéneos.
- Vectores de IR<sup>2</sup> e IR<sup>3</sup>: Representación geométrica, operatoria, vectores libres. Norma de un vector. Vectores paralelos, producto escalar y producto vectorial en IR<sup>3</sup> propiedades. Ángulo entre vectores, ángulos directores y cosenos directores, rectas y planos en IR<sup>3</sup>.

- Espacio vectorial: definición, sub-espacios, combinaciones lineales y combinaciones lineales convexas, conjuntos convexos, sub-espacios generado, intersección y suma de sub-espacios. Dependencia e independencia lineal. Base y dimensión. Teorema de la dimensión para la suma de sub-espacios.
- Producto interior: definición sobre un espacio vectorial cualquiera, propiedades y ejemplos en diferentes espacios. Norma, distancia, vectores unitarios y ortogonalidad. Proceso Gram-Schmidt. Bases ortogonales.
- Diagonalización de matrices. Matrices definidas positivas
- Transformación lineal: Definición, Kernel e Imagen, teorema de la dimensión, matriz asociada. Matriz de cambio de bases. Valores y vectores propios.

#### **V.- METODOLOGIA.**

Cuatro horas de clases teóricas y dos horas de clases práctica

Listado semanal de ejercicio de cada materia

Atención de estudiantes en oficina

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

<b>ISBN</b>	<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Editorial</b>	<b>Año T</b>
8476157584	Algebra Lineal	Lipschutz, S.	McGraw-Hill	1992 C
9684229844	Algebra Lineal	Grossman, Stanley I.	McGraw-Hill	2004 B
9788436818789	Algebra Lineal	Larson, Ron	Ediciones Pirámide	2008 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Economía II</b>		
Código: <b>136210</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136203 Economía I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios:	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre II	
Trabajo Académico 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Horas otras actividades: 5		

### II.- DESCRIPCION.

Asignatura que introduce al estudiante a la determinación del producto agregado en la economía, la teoría del crecimiento y las políticas de determinación del ingreso y estabilización.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias genéricas y técnicas del perfil de egreso:

1. Realizar análisis económico
2. Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos.
3. Aplicar la lógica económica en la toma de decisiones.
4. Leer y comprender en su ámbito de conocimientos

### III- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de

1. Comprender como se determina el ingreso o renta nacional y las variables macroeconómicas a través de la contabilidad nacional (o cuentas nacionales si es que es más claro).
2. Comprender el ámbito de estudio de la macroeconomía.
3. Comprender los principales componentes del desarrollo
4. Comprender como se determina el equilibrio macroeconómico.
5. Identificar las políticas macroeconómicas.
6. Ciclo económico, desempleo e inflación.
7. Comprender el funcionamiento de las políticas de estabilización.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. La determinación del ingreso y las cuentas nacionales.
- II. Conceptos macroeconómicos
- III. El crecimiento económico y sus determinantes.
- IV. Determinación de los precios y el ingreso a nivel agregado.

#### **V.- METODOLOGIA.**

El curso está organizado en unidades pedagógicas. Cada una de estas unidades incluye clases expositivas y discusión de temas de actualidad y problemas ficticios a través de ejercicios desarrollados en tutorías. Se utiliza instrumental gráfico y analítico algebraico elemental, centrado en modelos gráficos bidimensionales.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

- |               |                                                                                                                                                |                |                               |       |
|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|-------|
| 9786074810349 | Principios de Economía                                                                                                                         | Gregory Mankiw | McGraw-Hill                   | 2009  |
| B             |                                                                                                                                                |                |                               |       |
| 9786071503336 | Economía: con aplicaciones a Latinoamérica / Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus; revisión t. Samuelson, Paul A. (Paul Anthony), 1915-2009. |                | McGraw-Hill / Interamericana, | 2010. |



## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Cálculo III</b>		
Código: <b>136211</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136208 Cálculo II		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios:		Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Es un curso donde se desarrollan los conceptos básicos del Cálculo Diferencial e Integral en varias variables, algunos elementos de Ecuaciones Diferenciales de primer orden y en Diferencias finitas, usando el lenguaje y ejemplos de la economía.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al terminar con éxito la asignatura, el estudiante sea capaz de:

1. Diferenciar funciones de varias variables en forma explícita o implícita.
2. Resolver problemas de aplicación a la Economía, utilizando derivación parcial e interpretar los enunciados y resultados usando el lenguaje propio de la Ingeniería Comercial.
3. Resolver problemas de optimización usando multiplicadores de Lagrange.
4. Resolver ecuaciones diferenciales de Primer Orden y aplicarlas a problemas económicos y financieros.
5. Calcular integrales dobles e iteradas y sus aplicaciones al cálculo de volúmenes y áreas.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Funciones de Varias Variables: Gráficos Curvas de nivel, Límites y continuidad.
- II. Diferenciación de funciones de varias variables: derivadas parciales y direccionales. Aplicación al campo empresarial y económico.
- III. Derivadas parciales de orden superior. Teorema de Taylor. Diferenciales de Funciones vectoriales. Matriz Jacobiana.
- IV. Diferenciales de funciones compuestas. Funciones Convexas. Valores extremos de funciones y vectoriales. Matriz Hessiana. Test para los puntos críticos. Interpretación económica. Máximos y Mínimos condicionados.
- V. Teoremas de Lagrange.
- VI. Ecuaciones Diferenciales de 1er orden: Métodos de Resolución. Aplicaciones a la Economía y Finanzas.
- VII. Ecuaciones en diferencia finitas: diferencias finitas. Aplicaciones a la Economía y Finanzas.

VIII. Integración de funciones dos y tres variables: cálculo de integrales dobles e integrales iteradas triples. Aplicaciones de las integrales múltiples.

**V.- METODOLOGIA.**

Tres horas de clases teóricas y dos de clases prácticas  
Atención individual en oficina

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

<b>ISBN</b>	<b>Título</b>	<b>Autor</b>	<b>Editorial</b>	<b>Año T</b>
9684442793	Cálculo en una variable	Thomas, G.B. Finney, R.	Pearson	1998 C
9586002470	Cálculo aplicado a administración, economía, contaduría y ciencias sociales	Hoffmann, Laurence, Bradley, Gerald	McGraw-Hill	1995 B
970686654X	Cálculo	Stewart, James	Cengage Learning	2008 B

## Programa de Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACIÓN.

<b>Nombre: Contabilidad II</b>		
Código <b>136212</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: 136207 Contabilidad I		
Modalidad Presencial	Calidad: Obligatoria	Duración: Semestral
Semestre en el Plan de estudio: 3 Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III		
Trabajo Académico semanal: 12		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio
Otras: 6		

### II.- DESCRIPCIÓN.

Asignatura de profundización en Contabilidad General que analiza aspectos de información financiera aplicando las Normas Internacionales de Información Financiera.

Esta asignatura aporta a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Analizar e interpretar información contable.
2. Analizar y solucionar problemas en el área
3. Leer y comprender en su ámbito de conocimientos
4. Tomar decisiones económicas y empresariales.
5. Comprender y utilizar Tics

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Identificar, describir y valorar los principales activos y pasivos financieros en la empresa.
2. Identificar y describir las NIC relacionadas con actividades específicas.
3. Identificar el tratamiento y cálculo de los Impuestos Diferidos en una empresa.
4. Conocer modelos de valorización y ajustes de valor de activos.
5. Elaborar Estados de Flujos de Efectivo.
6. Consolidar Estados Financieros en caso de Combinaciones de Negocios.
7. Conocer y describir el proceso de Adopción de las NIIF.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. NIC/NIIF relacionadas con activos y pasivos financieros:
- II. NIC relacionadas con actividades económicas específicas.
- III. NIC 12 Impuestos a las Ganancias.
- IV. NIC 36 Deterioro de valor de Activos.
- V. NIC 7 Estado de Flujo de Efectivo.
- VI. NIC/NIIF relacionadas con negocios.
- VII. NIIF 1: Adopción por primera vez de las NIIF.

## **V.- METODOLOGÍA.**

Presencial: Clases expositivas y desarrollo de talleres prácticos

No presencial: Investigación sobre temas del área para complementar las clases.

## **VI.- EVALUACIÓN.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII.- BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.**

### **Básicos**

Valenzuela Acevedo, Marcelo, IFRS-NIIF, Santiago de Chile, Edimatri (2008).

Horngren, Charles T, Introducción a la Contabilidad Financiera, Mexico, Pearson (2000).

### **Complementario**

Meigs, Robert, Contabilidad la base para decisiones gerenciales, Santa Fe de Bogotá, Irwin/McGraw-Hill (2000).

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Microeconomía I</b>		
Código: <b>136213</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136203 – Economía I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios:	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III	
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Otras: 5		

### II.- DESCRIPCION.

El curso constituye la iniciación efectiva al estudio de las teorías de la demanda y de la oferta y el equilibrio de mercado en el contexto de mercados de bienes y servicios que funcionan en competencia perfecta.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias del perfil de egreso del Ingeniero Comercial:

1. Realizar análisis microeconómicos.
2. Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica
3. Aprender y poner en práctica nuevos conocimientos.
4. Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos
5. Capacidad para investigar.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de

1. Comprender los distintos factores que determinan el comportamiento de los consumidores.
2. Comprender la formación de precios y la asignación de recursos en el contexto de mercados que funcionan en condiciones teóricas de competencia perfecta.
3. Comprender en forma global el funcionamiento de los mercados y sus principales determinantes.
4. Predecir cambios en los precios como resultado de modificaciones en el entorno.
5. Analizar y comprender el comportamiento de las firmas y las distintas variables que determinan sus decisiones en un mercado competitivo.
6. Relacionar los conceptos teóricos con situaciones reales.
7. Identificar, comprender y aplicar herramientas para modelar y analizar problemas microeconómicos.
8. Identificar y cuantificar costos, beneficios y cambios en los excedentes derivados de proyectos o intervenciones que afecten el equilibrio parcial de un mercado.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. Comportamiento del consumidor y teoría de la demanda.
- II. Comportamiento de la firma, teoría de la producción y oferta.

- III. Equilibrio competitivo.
- IV. Análisis costo-beneficio.

#### **V.- METODOLOGIA.**

La metodología de trabajo se encuentra basada en clases expositivas y prácticas, y en el trabajo independiente del estudiante, supervisado por el profesor de la asignatura. En este último caso se incluye el desarrollo de tareas y trabajos, lectura de la bibliografía obligatoria y complementaria.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Nicholson, Walter y Christopher Snyder (2011). Microeconomía Intermedia y su Aplicación. Cengage Learning. (Básica).

Varian, Hal (2010). Microeconomía Intermedia. Antoni Bosch, Barcelona, ISBN9788495348579. (Básica).

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera a la que se imparte:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

<b>Nombre: Estadística I</b>		
Código: <b>136214</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136209 Álgebra II y 136208 Cálculo II		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios:		Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que contiene las herramientas básicas de la estadística descriptiva y de probabilidades, de uso frecuente en las áreas de la economía y de la administración, con las cuales el estudiante debe trabajar.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

1. Identifica una población y una muestra.
2. Reconocer diferentes tipos de variables.
3. Construir tablas de frecuencias y gráficos.
4. Calcular e interpretar medidas estadísticas de tendencia central, de posición de variabilidad y de forma.
5. Tabular e interpretar datos bidimensionales.
6. Ajustar una recta y aplica sus resultados.
7. Reconocer números índice y sus aplicaciones.
8. Comprender el concepto de probabilidad, conoce y aplica propiedades de eventos.
9. Reconocer una variable aleatoria, la clasifica y calcula e interpreta su valor esperado y varianza.
10. Conocer y aplicar distintas distribuciones de probabilidades discretas y continuas.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Concepto de estadística, población, muestra y dato
- II. Variables. Tipos de variables. Tabulación de datos unidimensionales y representación gráfica.
- III. Medidas estadísticas de tendencia central (media, mediana, moda), de posición (deciles, cuartiles, quintiles, percentiles), de variabilidad (rango, varianza, desviación estándar, coeficiente de variación), de forma (simetría, curtosis)
- IV. Tabulación de datos bidimensionales. Distribuciones de frecuencias marginales y condicionales. Covarianza.
- V. Ajuste por mínimos cuadrados. Ajuste lineal e intrínsecamente lineal. Coeficiente de correlación y de determinación.
- VI. Concepto de números índice. Base de un número índice. Índices de precio, cantidad y valor. Índices agregativos simples y ponderados (Laspeyres y Paasche). Cambios de base (fijas y variables). Deflactación.

- VII. Definición de probabilidad. Experimento aleatorio, espacio muestral y eventos. Álgebra de eventos, axiomas y propiedades. Probabilidad condicional y eventos independientes. Teorema de Bayes.
- VIII. Definición de variable aleatoria: clasificación de una variable aleatoria. Función de distribución, Esperanza, varianza y sus propiedades.
- IX. Distribuciones de probabilidades importantes: Bernoulli, binomial, geométrica, hipergeométrica, Poisson, uniforme, exponencial y normal.

**V.- METODOLOGIA.**

Clases expositivas y clases prácticas en las cuales el estudiante debe resolver situaciones y problemas planteados con la ayuda de software computacional.

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

ISBN	Título	Autor	Editorial	Año T
0534465218	Introducción a la estadística para negocios	R. Weiers	Thomson	2006 C
9684227132	Estadística para administración y economía	M.L. Berenson, D.M. Levine	McGraw-Hill	1991 B
0324066716	Estadística para administración y economía	D. Anderson D. Sweeney T. Williams	Thomson	2004 B



## Programa de Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACIÓN.

Nombre: <b>Tecnologías de Información I</b>		
Código <b>136215</b>	Créditos: 2	Créditos SCT: 2
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el Plan de estudio: Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III		
Trabajo Académico Semanal: 3		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 0	Horas de Laboratorio: 0
Otras actividades: 1		

### II.- DESCRIPCIÓN.

Asignatura teorica-práctica que entrega la destreza en el uso de las Tecnologías de Información básicas, que permiten la búsqueda de información en los sistemas bibliográficos a los que es posible acceder en la Universidad de Concepción. También considera el uso extensivo de un procesador de texto para generar documentos, la utilización de herramientas para publicar en Internet y el uso básico de una planilla electrónica.

Esta asignatura aporta a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Comprender y utilizar Tics
2. Gestionar información y conocimientos mediante el uso de TIC.
3. Trabajar bajo presión.
4. Resolver problemas

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar la asignatura con éxito, los estudiantes serán capaces de:

1. Utilizar la red internet para realizar revisiones bibliográficas.
2. Generar informes y trabajos utilizando adecuadamente las potencialidades de un procesador de texto.
3. Publicar en internet resultados de sus trabajos u opiniones técnicas y personales a través del uso de blog y/o herramientas de redes sociales.
4. Utilizar una planilla electrónica para labores relacionados con su actividad académica, haciendo uso extensivo de fórmulas y funciones.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. Uso de Red internet en la Universidad de Concepción.
- II. Procesador de Texto.
- III. Publicar en Internet a través del uso de blog.
- IV. Planilla de cálculo.

### V.- METODOLOGÍA.

La metodología de desarrollo de la asignatura incluye actividades presenciales: sesiones expositivas en clases de laboratorio y actividades no presenciales: trabajos desarrollados por los estudiantes fuera del aula.

## **VI.- EVALUACIÓN.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII.- BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.**

### **Básicos**

Excel 2007. 1a edición. Córdoba: Almuzara (2007).

Word 2007. 1a edición. Córdoba: Almuzara (2007).

### **Complementarios**

Walkenbach, John, Excel 2007 Bible, Wiley Publishing Inc., Indiana, 2007

Gottfried, Byron S., Spreadsheet tools for engineers using Excel 2007. Boston : McGraw-Hill Higher Education, c2009.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Formación General I</b>		
Código: <b>136216</b>	Créditos: 2	Créditos SCT: 2
Prerrequisitos No tiene		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre III	
Trabajo Académico 5		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas 0	Horas Laboratorio:
Otras: 3		

### II.- DESCRIPCION.

Pretende desarrollar la competencia “Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica”. Esta competencia resulta fundamental para cualquier profesional, pero en particular para el Ingeniero Comercial. Se plantea como un requisito fundamental que le permita a este profesional desenvolverse, expresarse y enfrentar situaciones laborales, sociales y personales con éxito y eficacia.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias del perfil de egreso del Ingeniero Comercial:

1. Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de

1. Expresarse claramente en forma verbal y escrita.
2. Redactar textos y presentaciones.
3. Expresarse claramente en forma no verbal.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. Proceso de la Comunicación.
- II. Estrategias de comunicación.
- III. Comunicación oral y escrita.
- IV. Comunicación no verbal.
- V. Conocimiento de la interacción humana.

### V.- METODOLOGIA.

La metodología de trabajo se encuentra basada en clases expositivas y prácticas, y en el trabajo independiente del estudiante, supervisado por el profesor de la asignatura. En este último caso se incluye el desarrollo de tareas y trabajos, lectura de la bibliografía obligatoria y complementaria.

### VI.- EVALUACION.

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Macroeconomía I</b>		
Código: <b>136217</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136210– Economía II		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre IV		
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Otras: 5		

### II.- DESCRIPCION.

Este curso introduce al estudiante en el estudio de los problemas macroeconómicos, familiarizándolo con elementos de la teoría macroeconómica, abordando los conceptos básicos, la medición macroeconómica del resultado de la actividad económica, las identidades macroeconómicas y los modelos macroeconómicos básicos.

Esta asignatura contribuirá a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Aplicar la lógica económica en la toma de decisiones.
2. Realizar análisis macroeconómicos.
3. Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos.
4. Tomar decisiones económicas.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de

1. Identificar los principales componentes de la contabilidad macroeconómica.
2. Identificar los principales mercados a nivel macroeconómico y su interacción
3. Conocer y utilizar el lenguaje técnico macroeconómico.
4. Comprender los determinantes del ingreso y del producto nacional.
5. Comprender el funcionamiento del modelo IS-LM y sus extensiones.
6. Utilizar el instrumental para analizar el funcionamiento macroeconómico.
7. Analizar cualquier tema de actualidad macroeconómica, utilizando el conocimiento técnico adquirido a través de los diferentes modelos de análisis.
8. Poseer una noción cuantitativa de la economía chilena y de las fuentes y formas de medición básicas.
9. Conocer las bases analíticas en que se sustentan los modelos macroeconómicos básicos.
10. Conocer el funcionamiento simplificado de los principales instrumentos de la política económica en el contexto de una economía globalizada.

### IV.- CONTENIDOS.

- Modelos de determinación del ingreso
- La síntesis neoclásica: el modelo IS-LM.

- Política económica en el modelo IS-LM.
- Extensiones al modelo IS-LM.

#### **V.- METODOLOGIA.**

Clases expositivas, solución de ejercicios, discusión en clases de temas macroeconómicos con participación activa de estudiantes y lecturas semanales de los principales diarios económicos nacionales vía Internet y artículos enviados a través de la plataforma INFOESTUDIANTE UdeC.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Macroeconomía en la Economía Global Sach y Larraín Prentice-Hall 2002

Macroeconomía Dornsbush, Fischer y Statzs Prentice-Hall 2009.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Cálculo Financiero</b>		
Código: <b>136218</b>	Créditos: 3	Créditos SCT: 5
Prerrequisitos: 136208 Cálculo II		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios		Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre IV
Trabajo Académico: 8		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Otras actividades: 4		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura introduce al estudiante en el conocimiento de temas financieros, las Herramientas de Cálculo Financiero y la importancia de la asignación temporal de recursos financieros y la valoración de activos.

Esta Asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

1. Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos
2. Tomar decisiones económicas y empresariales.
3. Gestionar informacion y conocimientos mediante el uso de TIC.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Utilizar métodos estadísticos y financieros.
2. Comprender el funcionamiento de los mercados financieros como agentes canalizadores de fondos.
3. Evaluar la situación analizada y su impacto.
4. Interpretar los datos analizados.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Introducción a las Finanzas.
- II. Ingeniería Económica
- III. Criterios de Evaluación Económica
- IV. Valoración de Bonos y Acciones

### V.- METODOLOGIA.

- Clases expositivas con amplia participación de estudiantes
- Análisis de Casos

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO**

- Ingeniería Económica, Leland Blanck McGraw Hill 2006B, Anthony Tarquin
- Matemáticas financieras / José Luis Villalobos Pérez; revisión técnica Francisco Alberto Piña Villalobos Pérez, Pearson, 2012.

## Programa de Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACIÓN.

<b>Nombre: Tecnologías de Información II</b>		
Código <b>136219</b>	Créditos: 3	Créditos SCT: 4
Prerrequisito: 136215 Tecnologías de Información I		
Modalidad Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el Plan de estudio: Ingeniería Comercial-3511-Semestre IV		
Trabajo Académico Semanal: 6		
Teóricas: 3	Horas Prácticas:	Horas de Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 2		

### II.- DESCRIPCION.

Asignatura teórica-práctica que entrega la destreza en una herramienta como la planilla electrónica y su potencialidad de uso en las decisiones organizacionales y del ámbito económico.

La presente asignatura aporta a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Comprender y utilizar Tics
2. Gestionar información y conocimientos mediante el uso de TIC.
3. Trabajar en forma multidisciplinaria
4. Resolver problemas organizacionales y de índole económica.
5. Aplicar métodos matemáticos estadísticos cuantitativos y cualitativos.
6. Tomar decisiones económicas y empresariales.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar la asignatura con éxito, los estudiantes serán capaces de:

1. Utilizar con eficiencia la planilla electrónica para labores relacionadas con su actividad académica y futura profesional.
2. Obtener datos externos para su proceso.
3. Analizar datos numérica y estadísticamente.
4. Generar y publicar en la Web, los datos elaborados o los Informes generados.
5. Elaborar un trabajo final mediante el uso de las herramientas adquiridas en la asignatura e integrada al nivel de desarrollo de las competencias del perfil intermedio.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. Fórmulas y Funciones en Excel
- II. Trabajo con gráficos
- III. Recuperar datos de diversas fuentes
- IV. Ordenamiento y filtrado de datos
- V. Analizar datos con tablas dinámicas
- VI. Publicar datos de Excel
- VII. Análisis estadístico de datos
- VIII. Proyecto Integrador



## **V.- METODOLOGIA.**

La metodología de desarrollo de la asignatura incluye actividades presenciales: sesiones expositivas en clases de laboratorio y actividades no presenciales: trabajos desarrollados por los estudiantes fuera del aula. Elaborar y presentar un trabajo final mediante herramientas adquiridas en la asignatura e integrada al nivel de desarrollo de las competencias del perfil intermedio.

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

### **Básicos**

Excel 2007. 1a edición. Córdoba: Almuzara, (2007)

Word 2007. 1a edición. Córdoba: Almuzara. (2007)

### **Complementarios**

Walkenbach, John, Excel 2007 Bible, Wiley Publishing Inc., Indiana, 2007

## Programa de Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre: Contabilidad de Costos</b>		
Código: <b>136220</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136207 Contabilidad I		
Modalidad Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el Plan de estudio: Ingeniería Comercial-3511- Semestre IV		
Trabajo Académico semanal: 10 Teóricas: 3 Prácticas: 2 Otras: 4		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: Otras: 4

### II.- DESCRIPCIÓN.

Asignatura que aborda materias relacionadas con Costos y sus registros asociados. A través de dichos tópicos, se busca analizar los aspectos financiero-administrativos, ligados a la producción de bienes, principalmente para efectos de decisiones de control y planificación de la producción.

Esta asignatura aporta a las siguientes competencias del perfil de egreso:

1. Analizar e interpretar información contable
2. Tomar decisiones económicas y empresariales
3. Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento
4. Administrar recursos y optimizar su uso
5. Comprender y utilizar Tics

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Conocer y describir los principales criterios de clasificación de costos.
2. Identificar, describir y analizar los Elementos del Costo.
3. Conocer, describir y aplicar los métodos de Costeo que puede utilizar una empresa.
4. Conocer y aplicar Modelo de Punto de Equilibrio
5. Conocer y registrar las operaciones relacionadas con los sistemas de costos que pueden utilizar las entidades
6. Describir y elaborar el ciclo presupuestario en una empresa.
7. Utilizar los costos predeterminados para efectuar análisis de variaciones de costos.
8. Identificar y calcular los costos relevantes en decisiones especiales de producción.

### IV.- CONTENIDOS.

- I. La Contabilidad administrativa de costos
- II. Los Criterios de clasificaciones de Costos
- III. Elementos del costo
- IV. Métodos de Costeo

- V. Punto de Equilibrio
- VI. Sistemas de Costeo
- VII. Presupuestos
- VIII. Costos Predeterminados
- IX. Costos relevantes para decisiones especiales de producción.

#### **V.- METODOLOGÍA.**

Presencial: Clases expositivas y Análisis de Casos

No presencial: Trabajo grupal de investigación y análisis.

#### **VI.- EVALUACIÓN.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.**

##### **Básicos**

Horngren, Charles T, Contabilidad de Costos, un enfoque gerencial, México, Pearson (2007)

Polimeni, Ralph S, Contabilidad de Costos, Santa Fe de Bogotá, McGraw/Hill (1999)

##### **Complementario**

Vargas Valdivia, Luis, Contabilidad de Costos, Santiago de Chile, SOELCO, (1998)

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACIÓN.

Nombre: <b>Inglés Comunicativo 1 Nivel Principiante</b>		
Código: <b>136221</b>	Créditos: 3	Créditos SCT:3
Prerrequisitos: No tiene		
Modalidad: semipresencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial-3511- Semestre IV	
Trabajo Académico: 5		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas:3	Horas Laboratorio
Horas de otras actividades: 0		

### II. DESCRIPCIÓN.

Curso de inglés comunicativo dirigido a lograr un nivel de competencia A1 (1) (hablante/usuario básico) de acuerdo a la definición de niveles de competencia estándar de la Comunidad Europea “*Common European Framework for Modern Languages*” (CEF). Al mismo tiempo, el curso contribuye al desarrollo de competencias genéricas, tales como: la autonomía de aprendizaje, mediante estrategias para aprender a aprender en forma independiente en un proceso de capacitación continua a lo largo de la vida; la responsabilidad y control en el avance hacia el logro de las metas de aprendizaje propuestas; habilidades para el trabajo colaborativo, mediante la participación activa en actividades grupales y redes de interacción propiciadas por la comunidad *UdeC English Online*.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Los aprendizajes corresponden al nivel A1 (1) del CEF, descritos en su escala general.

Es el nivel más bajo del uso generativo de la lengua, el punto en el que el alumno puede relacionarse de forma elemental (siempre que su interlocutor hable a una velocidad lenta y con claridad y esté dispuesto a repetir lo que ha dicho con otras palabras), utilizando un repertorio básico memorizado de palabras y frases sencillas.

#### a) Comprensión Auditiva:

Reconoce palabras y expresiones muy básicas y que se usan habitualmente, relativas a sí mismo, a la familia y a su entorno inmediato cuando se habla lento y con claridad; comprende frases sencillas y el vocabulario más habitual sobre temas de interés personal (saludos, presentaciones, información personal muy básica, lugar de residencia, profesiones/trabajos/oficios) y sólo capta la idea principal de avisos y mensajes breves, claros y sencillos.

#### b) Comprensión Lectora:

Comprende palabras y nombres conocidos y frases muy sencillas; por ejemplo las que hay en letreros, carteles y catálogos; encuentra información específica y predecible en escritos simples y cotidianos como anuncios de trabajo y cartas personales breves y sencillas.

c) Producción Oral:

Sólo maneja expresiones muy breves, aisladas y preparadas de antemano, utilizando muchas pausas para buscar la expresión adecuada, articular palabras menos habituales y corregir la comunicación en temas y actividades de relevancia inmediata o asuntos muy habituales, tales como: nombre, edad, dirección, estado civil, etc.; utiliza una serie de frases y oraciones que le permiten describir sus actividades laborales y de estudio.

d) Producción Escrita:

Escribe mensajes y cartas cortas y sencillas, relativos a sus necesidades inmediatas, tales como, notas de agradecimiento, felicitaciones, correos electrónicos; llena formularios con datos personales básicos como nombre, nacionalidad y dirección para postular a un trabajo o pedir un certificado; además es capaz de describir su entorno académico usando oraciones cortas, con verbos muy simples y conectores muy básicos.

Competencia sociocultural:

Aprender el idioma junto con el contexto social y cultural para desenvolverse adecuadamente en un país angloparlante manejando las diferencias de conceptos entre la cultura chilena y la de la lengua objeto (por ejemplo, el concepto de tiempo, puntualidad, calidad, relaciones interpersonales, modales, etc.). Ampliar la visión de mundo del estudiante, de manera que pueda comprender, tolerar y apreciar la cultura de la lengua que está aprendiendo.

Competencia pragmática:

Ser capaz de usar la lengua en forma adecuada al contexto de la situación comunicativa y al interlocutor.

Competencia discursiva:

Ser capaz de desenvolverse de manera eficaz y adecuada en inglés, combinando formas gramaticales y significado para lograr un [texto](#) coherente (oral o escrito) para las diferentes situaciones de comunicación.

Competencia estratégica:

Resolver problemas de comunicación a pesar de tener un dominio incompleto del código lingüístico o sociocultural de la lengua que está aprendiendo.

## **IV. CONTENIDOS.**

### **“Friends”**

Lesson 1: Meeting people

Lesson 2: Personal information

Lesson 3: Jobs

## **V. METODOLOGÍA.**

El proceso de enseñanza-aprendizaje de inglés como idioma extranjero se realiza en una modalidad semipresencial, con un modelo pedagógico b-learning que incluye la participación del estudiante en las siguientes actividades:

- 1) Trabajo autónomo con el software interactivo multimedial en plataforma web UdeC English Online.

- 2) Actividades de interacción oral y escrita y el envío de éstas a un portafolio personal online para su evaluación y retroalimentación por parte de profesor-tutor y hablante nativo.
- 3) Tutoría, retroalimentación y monitoreo del proceso y logros de aprendizaje mediante apoyo presencial y seguimiento a distancia.
- 4) Talleres de clases presenciales con profesor-tutor, en un ambiente de aprendizaje dinámico y cálido, con actividades comunicativas para la práctica del idioma.
- 5) Talleres de comunicación y cultura con hablantes nativos de inglés, en un ambiente de aprendizaje lúdico que permite al estudiante acostumbrarse a hablar con un angloparlante, a un ritmo normal, y aprender aspectos socioculturales y de uso estratégico y pragmático de la lengua.

## VI.- EVALUACIÓN.

Se realizarán evaluaciones de proceso y de producto, incluyendo trabajos enviados al portafolio online y entrevistas orales.

<b>Instrumento de Evaluación</b>	<b>Modalidad</b>
Entrevista oral: - de diagnóstico. - de proceso. - de producto.	Presencial (filmada): Entrevistas personales con hablante nativo e Interacción comunicativa con pares.
Test de lección: - un test cada tres semanas, después del término de cada lección (3 test en total por semestre).	Test Online dado en forma presencial.
Prueba de unidad: al término de las 3 lecciones hay una prueba de la unidad.	Prueba Online dada en forma presencial.
Actividades de tareas individuales.	Portafolio Online: Tareas enviadas al portafolio electrónico personal.

## VII. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.

El material de estudio y trabajo está contenido en el software interactivo multimedial en plataforma web *UdeC English Online* al cual los alumnos tienen acceso mediante su clave de usuario.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

<b>Nombre: Estadística II</b>		
Código: <b>136222</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136214 Estadística I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios: 4	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre IV	
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 3 Horas Prácticas: 2 Horas Laboratorio: 0		
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que contiene una colección de técnicas estadísticas que se utilizan en la experimentación y en la modelación estadística.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

1. Comprender y aplicar el teorema central del límite.
2. Estimar parámetros tanto puntualmente como por intervalos.
3. Analizar las propiedades de un estimador.
4. Formular pruebas de hipótesis para distintos parámetros e inferir.
5. Comprender el modelo de regresión lineal múltiple y analizar el cumplimiento o violación de sus supuestos.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Variables Aleatorias bidimensionales discretas y continuas. Distribuciones bivariadas, marginales y condicionales. Esperanza matemática, Independencia estadística de variables.
- II. Variables Aleatorias multidimensionales. Muestra aleatoria, suma de variables aleatorias independientes. Teorema del Límite Central.
- III. Distribución  $X^2$ , t y F
- IV. Estimación de Parámetros. Distribuciones muestrales. Métodos de estimación puntual y propiedades de los estimadores. Estimación por intervalos.
- V. Pruebas de Hipótesis, Hipótesis Estadística. Probabilidades de errores tipo I y II, Dósimas unilateral y bilaterales. Dósimas para diferencia de medias, cociente de varianzas y proporciones.
- VI. Prueba chi-cuadrado para la bondad de un ajuste y tablas de contingencia.
- VII. Técnicas de muestreo: muestreo aleatorio simple. Muestreo estratificado. Muestreo por conglomerados.

### V.- METODOLOGIA.

Clases expositivas y clases prácticas.

## VI.- EVALUACION.

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.

ISBN	Título	Autor	Editorial	Año T
9688807842	Estadística básica en administración: conceptos y aplicaciones / Mark Berenson, David M. Levine	Berenson, Mark L. uco/N	México, D.F. Prentice Hall Hispanoamericana 1996	1996 B
9684518560	Probabilidad y estadística: aplicaciones y métodos/ George Canavos; tr. Edmundo Urbina Medal	Canavos, George C.	México: McGraw-Hill, c1988	1988 B



## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Finanzas I</b>		
Código: <b>136223</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136218 Cálculo Financiero		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios		Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia y analiza las consecuencias prácticas del área financiera, mediante el equilibrio entre lo conceptual y lo aplicado.

El estudiante comprenderá los elementos del diagnóstico y pronóstico económico financiero de una inversión y de la empresa en su conjunto. Comprende además, Diagnósticos Económicos Financieros de las Empresas

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Realizar análisis financiero
- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento
- Tomar decisiones económicas y empresariales,
- Elaborar estudios para análisis de la empresa.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Entender y realizar análisis financieros: índices, flujos de fondo, apalancamiento
2. Desarrollar capacidad de tomar decisiones en Finanzas
3. Usar intensivamente las técnicas de valores actuales en las decisiones de inversión
4. Estudiar y evaluar conveniencia de las políticas de gestión del capital de trabajo

### IV. CONTENIDOS.

- Generalidades, objetivos, decisiones y criterios de la función financiera.
- Análisis Financiero
- Administración del Capital de Trabajo
- Decisiones de Inversión

### V.- METODOLOGIA.

- Clases expositivas y prácticas
- Desarrollo de Ejercicios Financieros
- Lecturas

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Richard Brealey Stewart Myers; Principios de finanzas corporativas / McGraw-Hill, 2003

Carlos Maquieira Villanueva. Finanzas corporativas: teoría y práctica / Andrés Bello, 2010. Santiago, Chile:

.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Marketing I</b>		
Código: <b>136224</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 5
Prerrequisitos: 136201 Gestión de Empresa		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios: 5	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V	
Trabajo Académico: 8		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 3		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura orientada a comprender la importancia de la función de marketing en la estrategia de una empresa, dada la alta competitividad que se presentan en los mercados.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del perfil de Egreso:

- Conocer y aplicar los conceptos básicos del Marketing
- Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización en este caso: Marketing.
- Tomar decisiones económicas y empresariales
- Gestionar recursos humanos, financieros, productivos y de marketing,
- Administrar recursos y optimizar su uso.
- Crear, innovar y emprender

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Comprender el proceso de Marketing de productos y servicios en la empresa.
2. Analizar la situación de Marketing en una empresa e implementar estrategias de Marketing.
3. Conocer variables de influencia en el comportamiento del consumidor.
4. Recolectar y organizar información para decisiones ante situaciones de la disciplina.

### IV. CONTENIDOS.

1. Concepto y tendencias del marketing.
2. Análisis del entorno de marketing.
3. Análisis de la demanda del mercado.
4. El comportamiento del consumidor.
5. Segmentación de mercados y posicionamiento.
6. La estrategia de marketing.

## **V.- METODOLOGIA.**

### **Presencial:**

- Clases expositivas
- Análisis y exposición de casos
- Disertaciones sobre temas

**No presencial:** Búsqueda de información, estudio de lecturas y casos.

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Kotler Ph. (2003) Fundamentos de Marketing, Pearson.

Charles W. Lambin (2011), Marketing, Cengage 2011.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACIÓN.

Nombre: <b>Inglés Comunicativo 2 Nivel Elemental</b>		
Código: <b>136225</b>	Créditos: 3	Créditos SCT:3
Prerrequisitos: 136221 Inglés Comunicativo 1 Nivel Principiante		
Modalidad: semipresencial	Calidad:	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V	
Trabajo Académico: 5		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 3	Horas Laboratorio:

### II. DESCRIPCIÓN.

Curso de inglés comunicativo dirigido a lograr un nivel de competencia A1 (2) (hablante/usuario básico) de acuerdo a la definición de niveles de competencia estándar de la Comunidad Europea “*Common European Framework for Modern Languages*” (CEF). Al mismo tiempo, el curso contribuye al desarrollo de competencias genéricas, tales como: la autonomía de aprendizaje, mediante estrategias para aprender a aprender en forma independiente en un proceso de capacitación continua a lo largo de la vida; la responsabilidad y control en el avance hacia el logro de las metas de aprendizaje propuestas; habilidades para el trabajo colaborativo, mediante la participación activa en actividades grupales y redes de interacción propiciadas por la comunidad UdeC English Online.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Los aprendizajes corresponden al nivel A1 (2) del CEF, descritos en su escala general.

En este nivel, el alumno puede interactuar de forma sencilla y breve, aunque, por lo general, no comprende lo suficiente como para mantener la conversación por sí mismo; realiza afirmaciones simples en áreas de necesidad inmediata o relativas a temas muy cotidianos y sabe responder a cuestiones de ese tipo cuando se las formulan a él, en lugar de depender simplemente de un repertorio muy limitado, ensayado y organizado léxicamente de frases que se utilizan en situaciones concretas.

#### **Competencia Lingüística:**

##### **a) Comprensión Auditiva:**

Reconoce palabras y expresiones simples que se usan habitualmente, relativas a rutinas y quehaceres diarios, compras y direcciones, destinadas a satisfacer necesidades básicas relacionadas con su entorno inmediato cuando se habla con claridad.

##### **b) Comprensión Lectora:**

Comprende palabras y nombres conocidos y frases muy sencillas; por ejemplo, las que hay en letreros, carteles y catálogos. Lee textos muy breves y sencillos y es capaz de identificar información relacionada con asignaturas, horarios y mapas.

### **c) Producción Oral:**

Se comunica de forma sencilla, utilizando un lenguaje limitado, que consiste, básicamente, en expresiones para describir sus actividades rutinarias, pedir y dar información sobre temas y actividades de relevancia inmediata, tales como: localización de lugares, compra y venta de productos. Usa una serie de frases y oraciones de poca estructura gramatical que le permiten describir sus actividades dentro y fuera del hogar, preguntar y decir la hora, pedir e indicar direcciones, describir y dar opiniones simples acerca de la ropa y ofrecer y pedir ayuda.

### **d) Producción Escrita:**

Es capaz de escribir, en forma muy breve y simple, su rutina diaria, siguiendo un orden lógico y utilizando sólo conectores lineales, para dar información sobre horarios, asignaturas y actividades; escribe postales entregando información sobre direcciones explicando cómo llegar a algún lugar; redacta cartas cortas, mensajes y correos electrónicos sencillos relativos a sus necesidades inmediatas, con el fin de consultar la descripción de algún producto o sus características, como por ejemplo: talla, color, material, precio, disponibilidad y medios de pago.

### **Competencia sociocultural:**

Aprender el idioma junto con el contexto social y cultural para desenvolverse adecuadamente en un país angloparlante manejando las diferencias de conceptos entre la cultura chilena y la de la lengua objeto (por ejemplo, el concepto de tiempo, puntualidad, calidad, relaciones interpersonales, modales, etc.). Ampliar la visión de mundo del estudiante, de manera que pueda comprender, tolerar y apreciar la cultura de la lengua que está aprendiendo.

### **Competencia pragmática:**

Ser capaz de usar la lengua en forma adecuada al contexto de la situación comunicativa y al interlocutor.

### **Competencia discursiva:**

Ser capaz de desenvolverse de manera eficaz y adecuada en inglés, combinando formas gramaticales y significado para lograr un **texto** coherente (oral o escrito) para las diferentes situaciones de comunicación.

### **Competencia estratégica:**

Resolver problemas de comunicación a pesar de tener un dominio incompleto del código lingüístico o sociocultural de la lengua que está aprendiendo.

## **IV. CONTENIDOS**

### **“A day in the life of...”**

Lesson 1: Daily activities

Lesson 2: Directions

Lesson 3: Shop´ till you drop

## **V. METODOLOGÍA.**

El proceso de enseñanza-aprendizaje de inglés como idioma extranjero se realiza en una modalidad semipresencial, con un modelo pedagógico b-learning que incluye la participación del estudiante en las siguientes actividades:

- 1) Trabajo autónomo con el software interactivo multimedial en plataforma web UdeC English Online.
- 2) Actividades de interacción oral y escrita y el envío de éstas a un portafolio personal online para su evaluación y retroalimentación por parte de profesor-tutor y hablante nativo.
- 3) Tutoría, retroalimentación y monitoreo del proceso y logros de aprendizaje mediante apoyo presencial y seguimiento a distancia.
- 4) Talleres de clases presenciales con profesor-tutor, en un ambiente de aprendizaje dinámico y cálido, con actividades comunicativas para la práctica del idioma.
- 5) Talleres de comunicación y cultura con hablantes nativos de inglés, en un ambiente de aprendizaje lúdico que permite al estudiante acostumbrarse a hablar con un angloparlante, a un ritmo normal, y aprender aspectos socioculturales y de uso estratégico y pragmático de la lengua.

## VI. EVALUACIÓN.

Se realizarán evaluaciones de proceso y de producto, incluyendo trabajos enviados al portafolio online y entrevistas orales.

<b>Instrumento de Evaluación</b>	<b>Modalidad</b>
<b>Entrevista oral:</b> - de diagnóstico. - de proceso. - de producto.	Presencial (filmada): Entrevistas personales con hablante nativo e Interacción comunicativa con pares.
<b>Test de lección:</b> - un test cada tres semanas, después del término de cada lección (3 test en total por semestre).	Test Online dado en forma presencial.
<b>Prueba de la unidad:</b> al término de las 3 lecciones hay una prueba de la unidad.	Prueba Online dada en forma presencial.
<b>Actividades de tareas individuales.</b>	Portafolio Online: Tareas enviadas al portafolio electrónico personal.

## VII. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.

El material de estudio y trabajo está contenido en el software interactivo multimedial en plataforma web *UdeC English Online*, al cual los alumnos tienen acceso mediante su clave de usuario.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Derecho Corporativo II</b>		
Código: <b>136226</b>	Créditos: 3	Créditos SCT: 4
Prerrequisitos: 136205 Derecho Corporativo I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: 5   Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V		
Trabajo Académico: 6	Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 2
Otras: 2		

### II.- DESCRIPCION.

Esta asignatura tiene por objeto dar una visión amplia y global del derecho ante su relación con el mundo de la empresa y la gestión corporativa. Este enfoque debe entregar los conocimientos que habiliten a los estudiantes conocer la dinámica jurídica en que se asienta la realidad empresarial y el mundo de los negocios, dando una visión esencialmente instrumental de dicha disciplina y los marcos para desenvolverse como líderes corporativos

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias del perfil de egreso:

- Analizar e interpretar el marco legal laboral, comercial y tributario
- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento.
- Leer y comprender en su ámbito de conocimientos.
- Aprender y poner en práctica nuevos conocimientos.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Conocer el sistema tributario chileno y ser capaz de comprender su aplicación para la determinación de las obligaciones tributarias de personas y empresas en Chile.
2. Analizar el impacto económico que sobre las empresas y sus propietarios tienen los impuestos actualmente vigentes en Chile.
3. Conocer en términos generales las leyes que regulan las relaciones entre el Estado y los contribuyentes, y determinan las obligaciones tributarias relacionadas con el Impuesto al Valor Agregado y los Impuestos a la Renta.

### IV. CONTENIDOS.

#### 1. El Código Tributario

- 1.1 Teoría de Impuestos
- 1.2 La obligación tributaria
- 1.3 Elementos de la Obligación Tributaria
- 1.4 Normas generales de aplicación del Código Tributario
- 1.5 Facultades del Director y D. Regional, Contienda de competencia entre autoridades.
- 1.6 Actuación del S.I.I.
- 1.7 Las infracciones y el sistema sancionatorio.



## **2. Impuesto a las ventas y servicios**

- 2.1 El Hecho Gravado Básico y Especial del Impuesto.
- 2.2 Territorialidad del Impuesto.
- 2.3 Las exenciones
- 2.4 Devengo del IVA.
- 2.5 El débito fiscal y El crédito fiscal
- 2.6 La determinación del impuesto y la Obligación de declarar.
- 2.7 El cambio de Sujeto.
- 2.8 IVA Exportador.

## **3. Impuestos a la Renta**

- 3.1. Visión general de los impuestos a la renta
- 3.2. Concepto de renta e ingresos no constitutivos de renta.
- 3.3. Aspectos personales y territoriales
- 3.4. El impuesto de primera categoría.
- 3.5. Tributación de las empresas
- 3.6. Tributación de los propietarios de las empresas
- 3.7. Impuesto único de segunda categoría
- 3.8. Impuesto global complementario
- 3.9. Impuesto a personas no domiciliadas ni residentes
- 3.10. Retenciones y declaraciones

## **V.- METODOLOGIA.**

Durante el curso se usarán uno o más de los siguientes métodos de enseñanza, a elección del profesor:

- Exposición oral del profesor, con apoyo audiovisuales cuando el tema lo requiera y participación directa de los estudiantes a través de preguntas y el debate entre profesor y estudiante.
- Entrega de material escrito para el estudio y análisis de los estudiantes y el posterior debate en clase.
- Trabajos de investigación y análisis grupales con exposición oral ante el curso y profesor.
- Dinámica de grupos para la resolución de preguntas o ejercicios sobre la materia durante las clases.

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9561012057 Derecho Penal Etcheberry Alfredo Jurídica de Chile 1998 B  
9561016567 La Empresa y el Derecho Urenda Z. Carlos Andrés Bello 2005 B  
9789562388252 Etcheberry P., Publishing  
Francoise  
Derecho Individual del Trabajo 2009 C  
956101131x Sociedades Puelma A. Alvaro Jurídica de Chile 1996 B.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Microeconomía II</b>		
Código: <b>136227</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136213 – Microeconomía I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V		
Trabajo Académico 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Otras: 5		

### II.- DESCRIPCION.

Asignatura del ciclo básico común que amplía el análisis del funcionamiento de los mercados a un contexto de competencia imperfecta. En este ambiente incorpora las decisiones estratégicas, y la teoría de juego, como una vía de representar y resolver este tipo de situaciones. Además, analiza como incorporar la incertidumbre en los modelos económicos y la regulación de imperfecciones en el funcionamiento de los mercados.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias del perfil de egreso del Ingeniero Comercial:

- Realizar análisis microeconómicos.
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica
- Aprender y poner en práctica nuevos conocimientos.
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos.
- Investigar en sus ámbitos de desarrollo.
- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Analizar el funcionamiento de los mercados bajo competencia imperfecta.
2. Identificar y comprender diferentes tipos de estructuras anticompetitivas.
3. Comprender los efectos que las diferentes tipos de estructura anticompetitiva podrían tener sobre el funcionamiento de los mercados, las estrategias de precios y otros tipos de competencia.
4. Comprender como incorporar la incertidumbre en los modelos económicos.
5. Interpretar y resolver problemas con incertidumbre.
6. Aplicar el instrumental para analizar problemas de competencia en nuestro país.
7. Identificar problemas de información asimétrica y su impacto en el funcionamiento de los mercados.
8. Identificar fallas en el funcionamiento de los mercados y su impacto en la eficiencia económica.

#### **IV.- CONTENIDOS.**

1. Poder de Mercado, Monopolio y Oligopolio.
2. Decisiones bajo incertidumbre y preferencias por riesgo.
3. Problemas de Información Imperfecta (Riesgo Moral y Selección Adversa).
4. Fundamentos de la Regulación Económica: Externalidades y Bienes Públicos.

#### **V.- METODOLOGIA.-**

La metodología de trabajo se encuentra basada en clases expositivas y en el trabajo independiente del estudiante, supervisado por el profesor de la asignatura. En este último caso se incluye el desarrollo de tareas y trabajos, lectura de la bibliografía obligatoria y complementaria.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Nicholson, Walter y Christopher Snyder (2011). Microeconomía Intermedia y su Aplicación. Cengage Learning. (Básica).

Varian, Hal (2010). Microeconomía Intermedia. Antoni Bosch, ISBN 9788495348272. (Básica).

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Métodos Cuantitativos</b>		
Código: <b>136228</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136209 Algebra II		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios: 5	Ingeniería Comercial – 3511 –Semestre V	
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura teórica-práctica que describe el problema de optimización de varias variables con función objetivo lineal y restricciones lineales. Explica su resolución mediante el método simplex y otros algoritmos derivados. Se pone énfasis en el desarrollo de problemas aplicados a la Economía y su solución con el computador.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar el curso el estudiante deberá ser capaz de

1. Plantear y solucionar problemas de programación lineal con y sin el uso del computador.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Definición matemática de un modelo de programación lineal. Presentación de modelos de programación lineal. Formatos estándar y canónicos de un problema de programación lineal, notación matricial. Planteamiento de problemas. Soluciones gráficas y espacios de soluciones para modelos en  $R^2$ . Definición de combinaciones lineales convexas, conjuntos convexos, puntos extremos.
- II. El método Simplex. Soluciones básicas, soluciones básicas factibles, soluciones básicas factibles no degeneradas y degeneradas. Correspondencia entre soluciones factibles básicas y puntos extremos. Mejoramiento de soluciones factibles básicas. Solución óptima. El método simplex. El método simplex matricial y tabular. Soluciones factibles básicas iniciales. El método de 2 fases. Programación lineal entera. El método M. Las condiciones de KUHN-TUCKER y el método simplex.
- III. Dualidad. Formulación del problema DUAL. Forma canónica y estándar de la dualidad. Relaciones primales-duales. Dualidad y las condiciones de optimalidad de KUHN-TUCKER. Teorema débil de holguras complementarias. Uso del DUAL para resolver el primal. Interpretación económica del dual. El método SIMPLEX DUAL
- IV. Análisis de Sensibilidad. Cambios en el vector de cotos, en el lado derecho, en la matriz de restricciones, adición de una nueva actividad, de una nueva restricción. Problemas de transporte. Modelo general de transporte. Solución inicial básica factible. Método de la esquina noroeste. Criterios de optimalidad. Métodos de Vogel. Problemas de asignación. Modelo general. Algoritmo Húngaro.

**V.- METODOLOGIA.**

Tres horas de clases expositivas

Dos horas de clases prácticas para resolución con y sin computador (Programa LINDO)

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

**VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

ISBN	Título	Autor	Editorial	Año T
	Investigación de operaciones en la ciencia administrativa	Gould, F.J.	Prentice-Hall Hispanoamericana	1992
	Investigación de operaciones. Aplicaciones y Algoritmos	Winston, Wayne	Iberoamérica	1994

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Finanzas II</b>		
Código: <b>136229</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136223 Finanzas I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: 6º   Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI		
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 5		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia, la situación patrimonial de propietarios de empresas y de empresas en particular. Planteamientos de Modelos analíticos y su aplicación. Enfoque descriptivo, analítico y crítico de la teoría financiera y de su aplicación.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización.
- Gestionar recursos humanos, financieros, productivos y de marketing,
- Incrementar la rentabilidad y el valor financiero de la empresa.
- Tomar decisiones Estratégicas en el área financiera.
- Elaborar estudios para análisis de la empresa.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Integrar el enfoque teórico de las finanzas con los problemas prácticos y de gestión en sociedades anónimas y sociedades de personas.
2. Generar una actitud intelectualmente crítica respecto de los problemas planteados
3. Analizar las teorías avanzadas de Finanzas de empresas
4. Distinguir la evaluación económica y financiera de una empresa y la de sus propietarios
5. Distinguir las teorías financieras de la gestión financiera
6. Distinguir conceptos básicos de criterios de medición de rentabilidad de empresas, rentabilidad de carteras de inversión, riesgo de empresas, riesgo de carteras de inversión, costo de capital de diferentes opciones de financiamiento, análisis de la conveniencia de inversiones desde un punto de vista económico y financiero.

### IV. CONTENIDOS.

- Ámbito y alcance de la Función Financiera de largo plazo.
- Métodos y criterios de evaluación de inversiones
- Costos de diferentes fuentes de financiamiento de corto y largo plazo
- Teorías y métodos de evaluación de empresas e inversiones
- Teoría y Gestión de Carteras.

## **V.- METODOLOGIA.**

Presencial: Clases expositivas, análisis de ejercicios y casos de estudio

No presencial: Trabajo grupal de resolución de problemas

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9702610141	Principios de Administración Gitman Financiera	Lawrence J Pearson	2007 B
8448146212	Principios de finanzas corporativas/ Richard A. Brealey, Stewart C. Myers	Madrid: Mac Graw-Hill, 2006	2006 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Operaciones</b>		
Código: <b>136230</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 5
Prerrequisitos: 136228 Métodos Cuantitativos		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios		Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI
Trabajo Académico: 8		
Horas Teóricas 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 3		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia los procesos y operaciones de una empresa. Aplica el ciclo Administrativo en los Procesos y operaciones. Analiza Toma de Decisiones Estratégicas y tácticas en las operaciones, en base a modelos matemáticos.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización,
- Tomar decisiones económicas y empresariales
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos
- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento
- Administrar recursos y optimizar su uso

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Aplicar herramientas cuantitativas para diagnosticar, analizar y mejorar sistemas de Producción.
2. Tomar decisiones para optimizar Procesos y Sistemas.

### IV. CONTENIDOS.

- Aspectos Generales. Recursos y Productividad. Producción y su Entorno. Gestión de Operaciones.
- Decisiones relativas al Diseño del Sistema de Operaciones
- Decisiones relativas a la Operación y Control. El Trabajo, Parámetros Operacionales, Sistemas de Incentivo, Gestión y control de calidad, Mantenimiento

### V.- METODOLOGIA.

Presencial: clases expositivas con discusión y análisis de casos.

No presencial: estudio individual y grupal.



## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

8420530360 Dirección de la Producción: Decisiones Estratégicas. Heizer, Jay H. Madrid: Prentice Hall. 2001 B. ISBN 8420530360

Administración de la producción y Operaciones para una ventaja competitiva. Chase, Richard B. México: Mc Graw-Hill, 2005. ISBN 9701044681

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Econometría I</b>		
Código: <b>136231</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 5
Prerrequisitos: 136222 Estadística II		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI		
Trabajo Académico: 8		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio:
Otras: 3		

### II.- DESCRIPCION.

La asignatura introduce al estudiante en el conocimiento de la econometría básica. Para ello, se utiliza instrumental analítico algebraico elemental y además ejercicios computacionales. El énfasis está en entregar las herramientas técnicas de econometría básica para poder realizar aplicaciones futuras.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias del perfil de egreso:

- Aplicar herramientas básicas de la econometría,
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos
- Aplicar la lógica económica en la toma de decisiones.
- Diseñar, aplicar e interpretar modelos económicos
- Comprender y utilizar Tics
- Analizar y sintetizar

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Encontrar bases de datos económicas a través de la Web.
2. Reconocer y poder leer una regresión lineal en los parámetros.
3. Identificar el método de mínimos cuadrados ordinarios (MCO) y de mínimos cuadrados generalizados (MCG).
4. Representar variables y relaciones entre variables con cuadros y gráficos.
5. Construir una base de datos para realizar estimaciones.
6. Poder aplicar (estimar) los métodos de MCO y de MCG a una base de datos con variables y unidades de observación.
7. Realizar pruebas de hipótesis sobre los resultados obtenidos.
8. Desarrollar predicciones a partir de los resultados obtenidos.
9. Evaluar los resultados de las estimaciones y seleccionar los resultados más adecuados.
10. Preparar un informe que sintetice los principales resultados obtenidos de las estimaciones realizadas.

#### **IV.- CONTENIDOS.**

- I. ¿Qué es la Econometría?
- II. Mínimos Cuadrados Ordinarios OLS.
- III. Inferencia estadística en OLS.
- IV. Especificación y selección de modelos.
- V. Perturbaciones no esféricas.
- VI. Regresores Estocásticos.

#### **V.- METODOLOGIA.**

El curso está organizado en módulos. Cada módulo incluye clases teóricas-expositivas, clases prácticas en laboratorio de computación, tareas, y evaluaciones escritas.

#### **VI.- EVALUACION**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9568029486 Nociones de Econometría Intermedia Jorge Dresdner y Felipe Vasquez  
Universidad de Concepción 2009 B

9788497322683 Introducción a la econometría: un enfoque moderno / Jeffrey M.  
Wooldridge Australia: Paraninfo engage Learning, 2006

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Macroeconomía II</b>		
Código: <b>136232</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136217 Macroeconomía I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI		
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio
Otras: 5		

### II.- DESCRIPCIÓN.

Esta asignatura desarrolla formalmente el instrumental de Demanda y Oferta Agregada, poniendo especial énfasis en los elementos que las determinan y en sus implicaciones en términos de teoría y política económica. El curso profundiza las teorías de Consumo, Inversión y de Mercados Financieros, además de entregar nuevas herramientas de análisis para una Economía Abierta. Finalmente, la asignatura formaliza los modelos de Oferta Agregada y analiza la Política Económica contingente.

La asignatura apunta a desarrollar las siguientes competencias del perfil del Ingeniero Comercial:

- Aplicar la lógica económica en la toma de decisiones.
- Realizar análisis macroeconómicos.
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos.
- Tomar decisiones económicas.
- Capacidad de informarse, actualizarse y capacitarse
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Aprender y aplicar los principales modelos macroeconómicos de consumo: ciclo de vida e ingreso permanente.
2. Reconocer cómo la tasa de interés afecta al consumo a través del valor de los activos y las decisiones intertemporales de los agentes.
3. Conocer los principales criterios de evaluación de la inversión: valor presente y tasa interna de retorno.
4. Diferenciar los conceptos de inversión y capital.
5. Aprender los principales modelos de inversión: acelerador y  $q$  de Tobin.
6. Conocer la composición de la balanza de pagos.
7. Aprender los principales modelos de ajuste de la balanza de pagos: enfoque de elasticidades, absorción y Mundell-Fleming.
8. Reconocer cómo los agentes forman sus expectativas: regresivas o racionales.
9. Comprender cómo la oferta agregada depende de las expectativas de los agentes económicos.

10. Aplicar los conocimientos teóricos entregados en el curso para analizar la actualidad económica.

#### **IV.- CONTENIDOS.**

- I. Formalización del modelo de demanda agregada.
- II. Extensiones al modelo de demanda agregada en una economía cerrada.
- III. Demanda de dinero
- IV. Oferta de dinero
- V. Extensiones al modelo de demanda agregada en una economía abierta.
- VI. Extensiones al modelo de oferta agregada.
- VII. Equilibrio macroeconómico y efectividad de la Política Económica.

#### **V.- METODOLOGIA.**

Clases expositivas, solución de ejercicios, discusión en clases de temas macroeconómicos con participación activa de estudiantes y lecturas semanales de los principales diarios económicos nacionales vía Internet y artículos enviados a través de la plataforma INFOESTUDIANTE UdeC.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9879460685 Macroeconomía en la Economía Global Sach y Larraín Prentice-Hall 2002  
9789701069509 Macroeconomía / Rudiger Dornbusch, Stanley Fischer, Richard Startz; trad. De la décima edición México: McGraw-Hill, 2009.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Administración Estratégica I</b>		
Código: <b>136233</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 5
Prerrequisitos: 136223 Finanzas I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: 6º   Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI		
Trabajo Académico: 8		
Horas Teóricas: 3	Horas Prácticas: 2	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 3		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura, estudia la gestión Estratégica en las Empresas. Analiza los entornos y la situación de la empresa: Análisis FODA. Estudia las diferentes opciones estratégicas que puede desarrollar una Empresa.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Tomar decisiones económicas y empresariales
- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento.
- Implementar y gestionar cambios organizacionales y económicos.
- Desarrollar e implementar estrategias competitivas,
- Diseñar y definir estrategias de recursos humanos, marketing, finanzas, entre otras
- Desarrollar decisiones estratégicas competitivas.
- Promover la resolución de problemas y propiciar la autonomía en el aprendizaje.
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Analizar los entornos de la empresa.
2. Analizar las Fortalezas y debilidades de la empresa.
3. Formular estrategias competitivas para la empresa.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Dirección estratégica
- II. Desarrollo de análisis y formulación de estrategias.
- III. Estrategias genéricas.
- IV. Implementación y control de la Estrategia.

### V.- METODOLOGIA.

- Clases participativas
- Lecturas complementarias a clases.
- Análisis de casos.

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Administración Estratégica y política de Negocios	Thomas Wheelen David Hunger Ismael Oliva	Prentice Hall	2007
Administración Estratégica	Thompson Strickland Gamble	McGraw-Hill	2008

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACIÓN.

Nombre: <b>Inglés Comunicativo 3 Nivel Básico</b>		
Código: <b>136234</b>	Créditos: 3	Créditos SCT:3
Prerrequisitos: 136225 Inglés Comunicativo 2 Nivel Elemental		
Modalidad: semipresencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VI	
Trabajo Académico: 5		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 3	Horas Laboratorio

### II.- DESCRIPCIÓN.

Curso de inglés comunicativo dirigido a lograr un nivel de competencia “*de usuario básico*”, A2 (1) de acuerdo a la definición de niveles de competencia estándar de la Comunidad Europea “*Common European Framework for Modern Languages*” (CEF).

Al mismo tiempo, el curso contribuye al desarrollo de competencias transversales, tales como: la autonomía de aprendizaje, mediante estrategias para aprender a aprender, de forma independiente, en un proceso de capacitación continua a lo largo de la vida; la responsabilidad y control en el avance hacia el logro de las metas de aprendizaje propuestas; la capacidad para el trabajo colaborativo, mediante la participación activa en actividades grupales y redes de interacción propiciadas por la comunidad UdeC *English Online*.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Los aprendizajes corresponden al nivel A2 (1) del CEF, descritos en su escala general.

En esta etapa, el alumno se desenvuelve bien en intercambios sociales muy breves y donde exista la reformulación. Sabe utilizar las formas habituales de saludar y de dirigirse a los demás amablemente, saluda a las personas, pregunta cómo están y es capaz de reaccionar ante noticias. Puede interactuar con su círculo más cercano (familiares y amigos), enlazando frases de forma sencilla para hacer preguntas, responder a afirmaciones en pasado y futuro y justificar brevemente sus opiniones, aunque con evidentes pausas y dudas iniciales y con sistemáticos errores básicos.

#### 1) Competencia Lingüística:

##### a) Comprensión Auditiva:

El alumno reconoce la idea principal de avisos y mensajes breves, claros y sencillos; comprende expresiones y vocabulario de tópicos de relevancia inmediata, por ejemplo: información básica sobre sí mismo y de su entorno familiar, descripción física y psicológica de personas; identifica información sobre lugares y objetos.

##### b) Comprensión Lectora:

Comprende textos breves y simples, encuentra información específica en artículos y avisos de la vida cotidiana; entiende cartas personales sencillas y relativamente cortas.



**c) Producción Oral:**

Se hace entender con expresiones breves para pedir y dar información personal básica y frases destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato, tales como describir su entorno social cercano, familia y amigos, lugar en donde vive y trabaja, condiciones de vida, intereses y gustos personales, actividades recreativas y sociales y experiencias vividas. Es capaz de describir sentimientos y emociones y de preguntar o narrar hechos corrientes del pasado, así como también actividades futuras muy simples.

**d) Producción Escrita:**

Escribe textos cortos, como correos electrónicos, mensajes y notas breves relacionadas con sus necesidades inmediatas, cartas de agradecimiento, de invitación y de felicitaciones; redacta una breve descripción personal y de su entorno familiar y social más cercano, incluidos lugares y objetos.

**2) Competencia sociocultural:**

Aprender el idioma junto con el contexto social y cultural para desenvolverse adecuadamente en un país angloparlante manejando las diferencias de conceptos entre la cultura chilena y la de la lengua objeto (por ejemplo, el concepto de tiempo, puntualidad, calidad, relaciones interpersonales, modales, etc.). Ampliar la visión de mundo del estudiante, de manera que pueda comprender, tolerar y apreciar la cultura de la lengua que está aprendiendo.

**3) Competencia pragmática:**

Ser capaz de usar la lengua en forma adecuada al contexto de la situación comunicativa y al interlocutor.

**4) Competencia discursiva:**

Ser capaz de desenvolverse de manera eficaz y adecuada en inglés, combinando formas gramaticales y significado para lograr un **texto** coherente (oral o escrito) para las diferentes situaciones de comunicación.

**5) Competencia estratégica:**

Resolver problemas de comunicación a pesar de tener un dominio incompleto del código lingüístico o sociocultural de la lengua que está aprendiendo.

**IV. CONTENIDOS.**

**“Home Sweet Home”.**

Lesson 1: Family and Friends

Lesson 2: Description of people

Lesson 3: Description of places and things

**V.- METODOLOGÍA**

El proceso de enseñanza-aprendizaje de inglés como idioma extranjero se realiza en una modalidad semipresencial, con un modelo pedagógico b-learning que incluye la participación del estudiante en las siguientes actividades:

1. Trabajo autónomo con el software interactivo multimedial en plataforma web UdeC English Online.

2. Actividades de interacción oral y escrita y el envío de éstas a un portafolio personal online para su evaluación y retroalimentación por parte de profesor-tutor y hablante nativo.
3. Tutoría, retroalimentación y monitoreo del proceso y logros de aprendizaje mediante apoyo presencial y seguimiento a distancia.
4. Talleres de clases presenciales con profesor-tutor, en un ambiente de aprendizaje dinámico y cálido, con actividades comunicativas para la práctica del idioma.
5. Talleres de comunicación y cultura con hablantes nativos de inglés, en un ambiente de aprendizaje lúdico que permite al estudiante acostumbrarse a hablar con un angloparlante, a un ritmo normal, y aprender aspectos socioculturales y de uso estratégico y pragmático de la lengua.

## VI.- EVALUACIÓN.

Se realizarán evaluaciones de proceso y de producto, incluyendo trabajos enviados al portafolio online y entrevistas orales.

<b>Instrumento de Evaluación</b>	<b>Modalidad</b>
<b>Entrevista oral:</b> - de diagnóstico. - de proceso. - de producto.	Presencial (filmada): Entrevistas personales con hablante nativo e Interacción comunicativa con pares.
<b>Test de lección:</b> - un test cada tres semanas, después del término de cada lección (3 test en total por semestre).	Test Online dado en forma presencial.
<b>Prueba de unidad:</b> al término de las 3 lecciones hay una prueba de la unidad.	Prueba Online dada en forma presencial.
<b>Actividades de tareas individuales.</b>	Portafolio Online: Tareas enviadas al portafolio electrónico personal.

## VII.- BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.

El material de estudio y trabajo está contenido en el software interactivo multimedial en plataforma web *UdeC English Online*, al cual los alumnos tienen acceso mediante su clave de usuario.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I.- IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Evaluación de Proyectos</b>		
Código: <b>136235</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136227 Microeconomía II ó 136223 Finanzas I		
Modalidad: Presencial	Calidad: obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VII		
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio:
Otras: 6		

### II.- DESCRIPCION.

Asignatura teórico-práctica que introduce los conceptos y aplicaciones generales de los principios y criterios económicos utilizados en la evaluación económica y social de proyectos de inversión. Se divide en dos unidades principales, la primera destinada a la comprensión y análisis de los principios generales para la Evaluación Económica de Proyectos y la segunda destinada al análisis y comprensión de los fundamentos básicos de la Evaluación Social de Proyectos.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias:

- Formular, preparar, gestionar, evaluar y presentar proyectos
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos
- Trabajar en equipo y redes.
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica,
- Comprender y utilizar Tics
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis.

### III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Reconocer las etapas del ciclo de vida de un proyecto y trabajar en ellas.
2. Aplicar el análisis costo beneficio en las decisiones de inversión.
3. Construir el perfil de un proyecto en cualquiera de las fases de la pre-inversión.
4. Aplicar los principios económicos a las decisiones de inversión.
5. Evaluar iniciativas de inversión utilizando los criterios tradicionales de decisiones de inversión.
6. Liderar y coordinar la evaluación económica de proyectos
7. Evaluar los proyectos en condiciones de incertidumbre.
8. Evaluar proyectos en condiciones de racionamiento de capitales.
9. Optimizar las decisiones de proyectos en función de su valor actual.
10. Preparar informes de evaluación de proyectos.
11. Presentar informes de evaluación de proyectos en distintos escenarios.
12. Capacidad para asesorar la evaluación de proyectos en cualquiera de sus etapas.
13. Comprender y diferenciar la evaluación privada de la evaluación social de un proyecto.
14. Identificar costos y beneficios privados y Sociales.

15. Comprender el significado y la metodología de cálculo de los precios sociales.

#### **IV.- CONTENIDOS.**

##### **Parte 1: principios para la evaluación de proyectos.**

- Introducción, análisis, evaluación e implementación de proyectos.
- Construcción de un perfil de un proyecto.
- Evaluación de proyectos en condiciones de incertidumbre.
- Racionamiento del capital.
- Análisis optimizante del valor actual.

##### **Parte 2: introducción a la evaluación social de proyectos.**

- Diferencia entre evaluación privada y evaluación social.
- Discrepancia entre precios sombra y precios del mercado.
- Costos y beneficios sociales.
- Precios sociales.

#### **V.- METODOLOGIA.**

Clases interactivas con activa participación de los estudiantes en tópicos de su interés, trabajos prácticos en grupo y tareas asignadas y discusión de enfoques, esquemas y resultados en clases teórico-prácticas, con apoyo de medios de carácter semi-presencial.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII.- BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9789702613008 Evaluación Social de Proyectos Ernesto Fontaine Pearson 2008 B  
9789562782067 Preparación y evaluación de Proyectos SAPAG Y SAPAG McGraw-Hill 2008 B

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACIÓN.

Nombre: <b>Inglés Comunicativo 4 Nivel Básico Alto</b>		
Código: <b>136236</b>	Créditos: 3	Créditos SCT:3
Prerrequisitos: 136234 Inglés Comunicativo 3 Nivel Básico A2 (1)		
Modalidad: semipresencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VII	
Trabajo Académico: 5		
Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 3	Horas Laboratorio:
Horas de otras actividades:		

### II. DESCRIPCIÓN.

Curso de inglés comunicativo dirigido a lograr un nivel de competencia “*de usuario básico*”, A2 (2) de acuerdo a la definición de niveles de competencia estándar de la Comunidad Europea “*Common European Framework for Modern Languages*” (CEF).

Al mismo tiempo, el curso contribuye al desarrollo de competencias transversales, tales como: la autonomía de aprendizaje, mediante estrategias para aprender a aprender, de forma independiente, en un proceso de capacitación continua a lo largo de la vida; la responsabilidad y control en el avance hacia el logro de las metas de aprendizaje propuestas; la capacidad para el trabajo colaborativo, mediante la participación activa en actividades grupales y redes de interacción propiciadas por la comunidad UdeC *English Online*.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Los aprendizajes corresponden al nivel A2 (2) del CEF, descritos en su escala general:

En esta etapa, lo que sobresale es la participación más activa en conversaciones, con cierta ayuda y determinadas limitaciones; puede iniciar, mantener y terminar conversaciones cara a cara siempre que sean sencillas y en un contexto social; es capaz de comunicarse adecuadamente en temas básicos utilizando algunos tiempos verbales (como presente simple o progresivo, pasado simple y futuro), aunque cometiendo errores gramaticales al conjugarlos y aún pide ayuda, para expresar lo que quiere decir; se enfrenta, con relativa facilidad, a situaciones cotidianas que tengan un contenido predecible, aunque generalmente tenga que corregir el mensaje y buscar algunas palabras. Su participación en debates abiertos es bastante limitada; sin embargo, posee una capacidad considerable para mantener monólogos.

#### **Competencia Lingüística:**

##### **c) Comprensión Auditiva:**

El alumno comprende lo suficiente como para desenvolverse en intercambios sencillos y cotidianos sin un esfuerzo excesivo; distinguiendo expresiones, frases y vocabulario de uso frecuente de tópicos de relevancia inmediata a su entorno social, relativos a actividades recreativas, experiencias inusuales, lugares y deportes favoritos, comidas y restaurantes. Es

capaz de entender las condiciones climáticas en un programa radial o de televisión cuando la articulación es lenta y clara.

**d) Comprensión Lectora:**

Lee textos breves y simples, encuentra información específica en menús y horarios; identifica información general y específica de textos sobre música, películas, lugares de interés y de internet.

**c) Producción Oral:**

Describe en términos sencillos aspectos de su entorno y su vida personal presente y pasada; utiliza expresiones para pedir y dar información básica y frases destinadas a satisfacer necesidades de tipo inmediato; conversa sobre gustos, el clima, pasatiempos favoritos y planes personales. Es capaz de darse a entender con expresiones breves en contextos sociales y recreativos (tales como restaurantes, cine y competencias deportivas); además de aceptar y rechazar invitaciones y de planificar una actividad social (lugar, fecha, hora, etc.).

**d) Producción Escrita:**

Escribe textos breves relacionados con sus necesidades inmediatas, tales como mensajes, notas, emails e invitaciones. También es capaz de redactar una breve historia acerca de una experiencia pasada o de hablar de alguna actividad futura, relativas a situaciones cotidianas, utilizando correctamente estructuras gramaticales y conectores sencillos.

**6) Competencia sociocultural:**

Aprender el idioma junto con el contexto social y cultural para desenvolverse adecuadamente en un país angloparlante manejando las diferencias de conceptos entre la cultura chilena y la de la lengua objeto (por ejemplo, el concepto de tiempo, puntualidad, calidad, relaciones interpersonales, modales, etc.). Ampliar la visión de mundo del estudiante, de manera que pueda comprender, tolerar y apreciar la cultura de la lengua que está aprendiendo.

**7) Competencia pragmática:**

Ser capaz de usar la lengua en forma adecuada al contexto de la situación comunicativa y al interlocutor.

**8) Competencia discursiva:**

Ser capaz de desenvolverse de manera eficaz y adecuada en inglés, combinando formas gramaticales y significado para lograr un **texto** coherente (oral o escrito) para las diferentes situaciones de comunicación.

**9) Competencia estratégica:**

Resolver problemas de comunicación a pesar de tener un dominio incompleto del código lingüístico o sociocultural de la lengua que está aprendiendo.

#### **IV. CONTENIDOS.**

##### **“Out and about”**

Lesson 1: Leisure activities

Lesson 2: Going out

Lesson 3: Amazing experiences

## V. METODOLOGÍA.

El proceso de enseñanza-aprendizaje de inglés como idioma extranjero se realiza en una modalidad semipresencial, con un modelo pedagógico b-learning que incluye la participación del estudiante en las siguientes actividades:

1. Trabajo autónomo con el software interactivo multimedial en plataforma web UdeC English Online.
2. Actividades de interacción oral y escrita y el envío de éstas a un portafolio personal online para su evaluación y retroalimentación por parte de profesor-tutor y hablante nativo.
3. Tutoría, retroalimentación y monitoreo del proceso y logros de aprendizaje mediante apoyo presencial y seguimiento a distancia.
4. Talleres de clases presenciales con profesor-tutor, en un ambiente de aprendizaje dinámico y cálido, con actividades comunicativas para la práctica del idioma.
5. Talleres de comunicación y cultura con hablantes nativos de inglés, en un ambiente de aprendizaje lúdico que permite al estudiante acostumbrarse a hablar con un angloparlante, a un ritmo normal, y aprender aspectos socioculturales y de uso estratégico y pragmático de la lengua.

## VI. EVALUACIÓN.

Se realizarán evaluaciones de proceso y de producto, incluyendo trabajos enviados al portafolio online y entrevistas orales.

<b>Instrumento de Evaluación</b>	<b>Modalidad</b>
<b>Entrevista oral:</b> - de diagnóstico. - de proceso. - de producto.	Presencial (filmada): Entrevistas personales con hablante nativo e Interacción comunicativa con pares.
<b>Test de lección:</b> - un test cada tres semanas, después del término de cada lección (3 test en total por semestre).	Test Online dado en forma presencial.
<b>Prueba de unidad:</b> al término de las 3 lecciones hay una prueba de la unidad.	Prueba Online dada en forma presencial.
<b>Actividades de tareas individuales.</b>	Portafolio Online: Tareas enviadas al portafolio electrónico personal.

## VII. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIAL DE APOYO.

El material de estudio y trabajo está contenido en el software interactivo multimedial en plataforma web *UdeC English Online* al cual los alumnos tienen acceso mediante su clave de usuario.

**Programa Asignatura****Unidad Académica Responsable:** Universidad de Concepción**Carrera:** Ingeniería Comercial**I.- IDENTIFICACION.**

Nombre: <b>Formación General II</b>			
Código:	Créditos: 3	Créditos SCT: 3	
Prerrequisitos:			
Modalidad: Presencial	Calidad: Complementario	Duración: semestral	
Semestre en el plan de estudios		Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VII	
Trabajo Académico: 5	Horas Teóricas: 2	Horas Prácticas: 0	Otras: 3

**II.- DESCRIPCION.**

Asignatura de libre elección dentro de la oferta de la Universidad de Concepción, que permita al estudiante complementar su formación académico profesional.

Esta asignatura contribuye a la formación de las siguientes competencias:

- Incrementar su acervo cultural

**III.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.**

Se espera que al culminar con éxito la asignatura el estudiante sea capaz de:

1. Incrementar su acervo cultural.

**IV.- CONTENIDOS.**

Temas o áreas que incrementan el acervo cultural del estudiante.

**V.- METODOLOGIA.**

Clases interactivas con activa participación de los estudiantes en tópicos de su interés, trabajos prácticos en grupo y tareas asignadas y discusión de enfoques, esquemas y resultados en clases teórico-prácticas, con apoyo de medios de carácter semi presencial.

**VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento General de Docencia de Pregrado.



## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Marketing II</b>		
Código: <b>136237</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 6
Prerrequisitos: 136224 Gestión de Marketing I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios: Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VII		
Trabajo Académico: 10		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 6		

### II. DESCRIPCION.

Asignatura que aplica: un enfoque estratégico a la función del Marketing, en empresas competitivas, herramientas de Marketing en diferentes industrias y considera efectos de tecnología electrónica comunicacional.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento
- Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización,
- Implementar y gestionar cambios organizacionales y económicos
- Gestionar recursos humanos, financieros, productivos y de marketing,
- Diseñar y definir estrategias de recursos humanos, marketing, finanzas, entre otras.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Elaborar un plan de marketing integrado.
2. Coordinar las herramientas de marketing.
3. Conocer que herramientas son las más apropiadas para cada segmento, mercado y producto.
4. Conocer e identificar las características de la cartera de productos de la empresa.
5. Fijar un precio para los productos y servicios de la empresa en función de un criterio objetivo.
6. Elegir un canal de distribución efectivo para la entrega de los productos y servicios al consumidor.
7. Desarrollar un plan de comunicación integrado.

### IV. CONTENIDOS.

1. El marketing mix.
2. Producto
3. Precio
4. Distribución
5. Comunicación
6. El plan de marketing.
7. Nuevas formas de marketing

#### **V.- METODOLOGIA.**

- Clases participativas
- Exposición de estudiantes en temas aplicados

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

6074815194 Lamb, Charles W. Marketing / Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel; trad. Guadalupe Meza Staine, Martha Elsa. México: Cengage Learning Editores, S.A., 2011 (Iztapalapa, México.: EDAMSA Impresiones S.A.

9702607639 P Kotler y Keller Dirección de la Mercadotecnia Prentice Hall 2006

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Gestión de Personas II</b>		
Código: <b>136238</b>	Créditos: 4	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: 136233 Administración Estratégica I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios: 7º	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VII	
Trabajo Académico: 12		
Horas Teóricas: 4	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio:0
Horas de otras actividades: 8		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura estudia la Gestión Estratégica del Recurso Humano. Identifica y analiza estrategias desde obtención hasta el desarrollo de las Personas y Desarrolla análisis crítico de la gestión de Personas, considerándola como una gestión que todo directivo, cualquiera sea su área, debe ejercer.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Analizar las funciones de la Gestión de Personas y decidir e implementar cambios.
- Desarrollar estrategias en la gestión de Personas alineadas con la Estrategia Global de la Organización.

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Analizar y solucionar problemas en el área de conocimiento
2. Desarrollar y aplicar el proceso administrativo en todas las áreas de la Organización,
3. Implementar y gestionar cambios organizacionales y económicos
4. Gestionar recursos humanos, financieros, productivos y de marketing,
5. Diseñar y definir estrategias de recursos humanos, marketing, finanzas, entre otras.

### IV. CONTENIDOS.

- I. Fundamentos de la gestión de Recurso Humano: individuo, grupos, clima, cultura, calidad de vida. Gestión de Personas.
- II. Análisis de la Gestión Operacional y Estratégica del Recurso Humano.
- III. Personas y cambio estratégico Organizacional.
- IV. Las personas en la Gestión de la Innovación y del conocimiento organizacional.

### V.- METODOLOGIA.

- Clases participativas
- Análisis de Casos
- Trabajos Grupales

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9786074420982 Comportamiento organizacional / Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge; traducción Javier Enríquez. México: Pearson Educación, 2009.

9702606411 Adm. de Recursos Humanos R. Wayne, R. Noe Pearson 2005

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Administración Estratégica II</b>		
Código: <b>136239</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 7
Prerrequisitos: 136233 Administración Estratégica I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre VIII	
Trabajo Académico: 12		
Horas Teóricas: 5	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 7		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura, Desarrolla una visión Holística de la Empresa y Aplica en los casos de análisis los conocimientos adquiridos en la carrera Ingeniería Comercial.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Implementar y gestionar cambios organizacionales y económicos,
- Desarrollar e implementar estrategias competitivas,
- Diseñar y definir estrategias de recursos humanos, marketing, finanzas, entre otras
- Conducir y liderar todo tipo de organizaciones, tanto del sector público como privado.
- Desempeñarse exitosamente en el complejo mundo de los negocios
- Tomar decisiones económicas y empresariales,
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica,
- Trabajar en equipo

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Definir, formular e implementar estrategias competitivas en el área corporativa y funcional.
2. Gestionar recursos financieros, personal y materiales.
3. Diseñar políticas eficientes a partir de la formulación de la estrategia.
4. Liderar, negociar y trabajar en equipo.
5. Desarrollar capacidad de síntesis en las áreas de la gestión empresarial.
6. Desarrollar habilidades de comunicación en el campo de la estrategia empresarial, principalmente en términos técnico-verbales.

### IV. CONTENIDOS.

a) Siendo un curso eminentemente práctico, se asume que los principales contenidos que constituyen la teoría central del análisis de la estrategia empresarial y de management, son conocidos, estudiados y analizados en las asignaturas precedentes.

b) De esta forma, se trabajará basándose en casos de empresas, cuyo análisis eficiente constituye lo central de esta asignatura.

c) El estudiante debe preparar para cada reunión además un análisis de contingencia sobre aplicación de estrategia empresarial, que podrá ser solicitado para exponerlo durante la clase.

#### **V.- METODOLOGIA.**

El curso se realiza principalmente utilizando la metodología de análisis de casos. De esta forma, las clases son eminentemente activas y prácticas, siendo la participación del estudiante uno de los principales objetivos del curso.

#### **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO**

9789701072691 Hill, Charles W. L. Administración estratégica / Charles W. L. Hill, Gareth R. Jones México, D. F.: McGraw-Hill, 2009.

970261189X David, Fred R. Conceptos de administración estratégica México, D. F.: Pearson Educación, 2008.

## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Metodología de Investigación en Administración</b>		
Código: <b>136240</b>	Créditos: 5	Créditos SCT: 8
Prerrequisitos: 136233 Administración Estratégica I		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: semestral
Semestre en el plan de estudios		Ingeniería Comercial – 3303 – Semestre VIII
Trabajo Académico: 13		
Horas Teóricas: 5	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio: 0
Horas de otras actividades: 8		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura, obligatoria del Ciclo de Licenciatura en Ciencias de la Administración, identifica y trabaja con la metodología para estudiar científicamente fenómenos administrativos y desarrolla la capacidad de análisis y discusión bibliográfica.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Investigar en sus ámbitos de desarrollo.
- Aplicar métodos matemáticos, estadísticos, cuantitativos y cualitativos,
- Capacidad para investigar
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica,
- Gestionar información y conocimientos
- Promover la resolución de problemas y propiciar la autonomía en el aprendizaje
- Trabajar en equipo

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el estudiante debe ser capaz de:

1. Confeccionar informes profesionales con las formalidades y plazos estipulados
2. Aplicar herramientas cuantitativas para explicar relaciones de datos estudiados.
3. Capacidad para desarrollar investigaciones de fenómenos administrativos.
4. Integrar conocimientos adquiridos durante el proceso de formación hasta el Ciclo de Licenciatura.

### IV. CONTENIDOS.

- I. La investigación científica en las ciencias de la administración de empresas.
- II. Proceso de investigación en administración.
- III. Estudio y análisis de variables.
- IV. Métodos de investigación en administración.
- V. Proceso de análisis y presentación de resultados.
- VI. Ética y controversias en investigación organizacional.
- VII. Presentación de un anteproyecto de investigación en Administración.

## **V.- METODOLOGIA.**

Presencial: Clases expositivas, análisis de artículos de revistas ISI de la disciplina de la Administración (Journal of Management, Academy of Management Review, etc.) y Análisis de casos estudio

No presencial: Trabajo grupal e individual de búsqueda bibliográfica, obtención de datos y preparación de informes finales.

## **VI.- EVALUACION.**

Se realizará de acuerdo al Reglamento Interno de Docencia de la Escuela de Administración y Negocios.

## **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

9786071502919 Hernández Sampieri, Roberto Metodología de la investigación. México, D. F.: McGraw-Hill, 2010.

9702606454 Bernal Metodología de la Investigación Pearson 2006 B



## Programa Asignatura

**Unidad Académica Responsable:** Escuela de Administración y Negocios.

**Carrera:** Ingeniería Comercial

### I. IDENTIFICACION.

Nombre: <b>Trabajo Profesional en Administración</b>		
Código: <b>136241</b>	Créditos: 10	Créditos SCT: 12
Prerrequisitos: 136240 Metodología de Investigación en Administración		
Modalidad: Presencial	Calidad: Obligatorio	Duración: Semestral
Semestre en el plan de estudios:	Ingeniería Comercial – 3511 – Semestre X	
Trabajo Académico: 19		
Horas Teóricas: 10	Horas Prácticas: 0	Horas Laboratorio: 0
Otras actividades: 9		

### II. DESCRIPCION.

Esta asignatura está orientada a inducir al alumno a aplicar los conocimientos, modelos, marcos conceptuales, instrumental y herramientas adquiridos durante la carrera, para desarrollar un trabajo profesional de carácter empírico, teórico o práctico en el ámbito de las ciencias administrativas.

La asignatura consiste en la elaboración de un trabajo en equipo.

Esta asignatura contribuye a las siguientes competencias del Perfil de Egreso:

- Investigar y aplicar conocimientos en sus ámbitos de desarrollo.
- Capacidad para investigar
- Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- Comunicarse con efectividad en forma oral, escrita y científica,
- Gestionar información y conocimientos
- Promover la resolución de problemas y propiciar la autonomía en el aprendizaje
- Trabajar en equipo

### III. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS.

Al finalizar con éxito el curso, el alumno debe ser capaz de:

1. Aplicar conocimientos adquiridos mediante el Trabajo Profesional en Administración.
2. Modelar fenómenos administrativos y de diversos ámbitos organizacionales.
3. Interpretar la información relativa al estudio.
4. Evaluar y explicar el fenómeno.

### IV. CONTENIDOS.

- I. El Trabajo Profesional puede estar orientado a aspectos teóricos o prácticos de un tema relacionado con la Gestión Organizacional.
- II. La variedad de opciones de Trabajo Profesional, deberá estar de acuerdo con los Ámbitos de Desempeño definidos en este Plan. Se incluyen, entre otras actividades: Investigaciones Teóricas o Aplicadas, pasantías y consultorías en organizaciones, estudios específicos en el área de Administración, estudios en áreas específicas de la Organización o Institución, planes y proyectos de índole empresarial (de negocios, financiero/ económico, marketing, operaciones, recursos humanos, etc.), sobre temas de Gestión y Organizaciones y el entorno, etc.

#### **V.- METODOLOGIA.**

El alumno presentará al docente de la asignatura Trabajo Profesional en Administración, una propuesta de trabajo estableciendo fundamentación, objetivos, metodología y programación del trabajo.

El profesor encargado de la asignatura, que actúa como coordinador, podrá supervisar el avance de los trabajos de los alumnos, incluso las que se realicen sin profesor guía.

#### **VI.- EVALUACION.**

El Trabajo Profesional será evaluado por una comisión compuesta por el profesor de la asignatura, el profesor guía y un tercer profesor evaluador.

La calificación final contemplará los cuatro siguientes aspectos:

- 1.- Formalidad (presentación, fuentes, bibliografía, conclusiones)
- 2.- Contenido
- 3.- Cumplimiento de los objetivos y plazos planteados
- 4.- Exposición pública

#### **VII. BIBLIOGRAFIA Y MATERIAL DE APOYO.**

Hernández Sampieri, R. Metodología de la investigación. México, D. F. McGraw-Hill, 2010. ISBN 9786071502919

Bernal. Metodología de la Investigación. Pearson 2006 B. ISBN 9702606454