|  |  |
| --- | --- |
| FormatoPrograma | Orientado por Objetivos de Aprendizaje |

****

**PROGRAMA DE ASIGNATURA**

**MUNDO Y NEGOCIOS**

**A. Antecedentes Generales**

|  |  |
| --- | --- |
| 1. **Unidad académica**
 | Facultad de Comunicaciones |
| 1. **Carrera**
 | Cine Periodismo Publicidad |
| 1. **Código del ramo**
 | PCI229 |
| 1. **Ubicación en la malla**
 | Segundo Año / Segundo Semestre  |
| 1. **Créditos**
 | 8 |
| 1. **Tipo de asignatura**
 | Obligatorio | x | Electivo |  | Optativo |  |  |
| 1. **Duración**
 | Bimestral |  | Semestral | x | Anual |  |  |
| 1. **Módulos semanales**
 | Clases Teóricas | 2 | Clases Prácticas | 0 | Ayudantía | 0 |  |
| 1. **Horas académicas**
 | Clases | 68 | Ayudantía |  0 |  |
| 1. **Pre-requisito**
 | No tiene |

**B. Aporte al Perfil de Egreso**

El curso tiene como principal propósito que los estudiantes conozcan y comprendan cómo funcionan las empresas y los negocios en un mundo globalizado.

Mundo y Negocios, en la línea de formación general, aporta una visión general respecto de la empresa actual y su rol en la sociedad; así como de sus interacciones en la economía global. A su vez, presenta a la innovación como motor del crecimiento e invita a una reflexión sobre la importancia de ella en la generación de valor.

Este curso se inserta en el ciclo inicial de formación profesional, correspondiente al Bachillerato, y aporta al desarrollo de tres competencias genéricas de la Universidad del Desarrollo, Visión global, Visión analítica y Autonomía, y al desarrollo de una competencia específica de la carrera, Búsqueda, selección e integración de información.

**C. Objetivos Generales de Aprendizaje de la Asignatura**

1. Reflexionar en torno a la naturaleza y funcionamiento de las empresas en el mundo de hoy, comprendiendo de qué forma un contexto empresarial puede facilitar el éxito y desarrollo de las iniciativas o ideas creativas.
2. Analizar el fenómeno de la globalización del comercio, los negocios y las finanzas, a través de una revisión de los distintos factores que han llevado a la situación actual, y que permiten explicar las interacciones de las empresas de hoy.
3. Analizar los factores que favorecen un entorno innovador, comprendiendo cómo ellos aportan a la creación de valor y, extensivamente, al desarrollo.
4. Reconocer el rol de las comunicaciones como potenciadores de las diversas estrategias adoptadas en las empresas.

**D. Unidades de Contenido y Objetivos de Aprendizaje**

|  |  |
| --- | --- |
| **UNIDADES DE CONTENIDO** | **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE** |
| 1. La empresa y su rol en la sociedad
	1. Qué es una empresa
	2. Evolución de la empresa, desde sus orígenes hasta hoy. Empresas estatales y privadas
	3. Misión y estrategia
	4. Generación de valor
	5. Concepto de lucro
	6. Concepto de externalidad
	7. Lo que se espera de una empresa hoy (atención a todos los públicos, foco en sus comunicaciones, RSE, transparencia, compromiso con el medioambiente, comercio justo).
 | -Comprender las características de una empresa privada.-Analizar desde una óptica global la realidad de las empresas en el mundo actual.-Identificar las diferencias entre la misión y las estrategias de una empresa, reconociendo las diferencias entre las compañías que crean y las que destruyen valor.-Elaborar un análisis personal y autónoma de los temas explicando por qué hay empresas que cumplen y otras que no, con los “mínimos exigibles para las compañías”. |
| 1. Globalización del comercio, los negocios y las finanzas
	1. Revisión de globalización como concepto “madre”: plano económico, tecnológico, social y cultural.
	2. Cómo el mundo llegó a la interdependencia económica: experiencias de economías cerradas, ensayos de zonas con preferencias arancelarias, el camino de los TLC, rol de instituciones que inciden en el funcionamiento de la economía mundial.
	3. Ventajas competitivas de las naciones
	4. Grandes potencias de la economía mundial (Estados Unidos, China, Japón, Alemania)
	5. Economías emergentes
	6. Las empresas más grandes del mundo
	7. Concepto de *cluster*: cooperación y creatividad (Silicon Valley, Hollywood, salmón en Chile y Noruega, vino en Australia, tecnología en Finlandia).
	8. Cómo la educación (generación de capital humano) ha sido determinante en este proceso
 | -Describir cómo la globalización ha favorecido el desarrollo y la expansión de las empresas.-Describir las principales características de las economías más grandes del mundo y sus empresas emblemáticas, al mismo tiempo que los rasgos comunes de las economías emergentes.-Desarrollar una visión global sobre la realidad de las empresas más grandes del mundo, y su relación con la globalización, al mismo tiempo que desarrollarán una visión analítica sobre las fortalezas de los *cluster*.-Buscar, seleccionar e interpretar información que favorezca los procesos de análisis de las distintas temáticas de la asignatura. |
| 1. La innovación como motor del crecimiento
	1. ¿Por qué la innovación es un tópico del que se habla tanto?
	2. Innovación y nuevos emprendimientos
	3. El levantamiento de fondos
	4. Innovación al interior de las organizaciones
	5. Entidades que fomentan (y financian) la innovación
	6. Diferencias culturales frente al “fracaso” empresarial
 | -Comprender el valor de la innovación como motor del crecimiento económico.-Desarrollar una visión analítica, que permita reconocer los factores que posibilitan que una innovación se convierta en un negocio viable, desarrollando una visión propia y autónoma sobre el valor de este elemento en el mundo empresarial. |

E. Estrategias de Enseñanza

Con el propósito de alcanzar los objetivos propuestos en el curso, se desarrollarán las siguientes actividades:

* Clases expositivas con referencias a ejemplos.
* Discusiones guiadas -a partir de exposiciones del profesor- y lecturas de textos seleccionados.
* Elaboración de ensayos, cuyo objetivo es el desarrollo del pensamiento crítico y de la habilidad para interpretar información y hechos.
* Análisis de casos, para comprender la interrelación entre variables y acontecimientos y transferir lo aprendido a situaciones reales.
* Charlas de invitados de las distintas industrias y exponentes de los distintos tópicos expuestos en el curso.

**F. Estrategias de Evaluación**

El curso contempla el desarrollo de diversas instancias de evaluación.

* Controles de lectura.
* Elaboración de ensayos a partir de la lectura crítica de textos seleccionados.
* Análisis de casos.
* Trabajo de cierre del ciclo de Bachillerato.

A partir de estas diversas instancias evaluativas se busca evaluar el desarrollo de las competencias enunciadas en este programa, de la siguiente forma:

* Visión global, a través de la comprensión de las relaciones entre las organizaciones y su entorno, y la complejidad de la relación entre un mundo global y la vivencia local.
* Visión analítica, a través del establecimiento de juicios sobre la información que procesa.
* Autonomía, a través del trazado de planes personales y la elaboración de acciones para su logro.
* Búsqueda, selección e integración de información, a través del reconocimiento de variadas fuentes de información, y de la recopilación, organización y análisis de la información.

**G. Recursos de Aprendizaje**

**Bibliografía Obligatoria**

* Robbins, S. & Coulter, M. *Administración*. 10ma edición.
* Daniels, J.; Radebaugh, L. & Sullivan, P. *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. 14va edición,