

**Programa de Asignatura
Mundo y Negocios**

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBC229					
4. Ubicación en la malla	II año, II semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	--	Ayudantía	--
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		--	
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

La asignatura tiene como principal propósito que los estudiantes analicen cómo funcionan las empresas y los negocios en un mundo globalizado.

Mundo y Negocios, en la línea de negocios, 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 las siguientes Competencias Genéricas UDD Futuro: Visión Analítica y Autonomía, y al desarrollo de las siguientes Competencias Específicas de la carrera de Publicidad: Búsqueda, selección e integración de información y Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizajes Generales
Visión Analítica	Reflexiona 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.
Autonomía	
Competencias Específicas	
Búsqueda, selección e integración de información	Analiza 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.
Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras	
	Analiza los factores que favorecen un entorno innovador, comprendiendo cómo ellos aportan a la creación de valor y, extensivamente, al desarrollo.
	Reconoce el rol de las comunicaciones como potenciadores de las diversas estrategias adoptadas en las empresas.

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
1. La empresa y su rol en la sociedad: 1.1 Qué es una empresa. 1.2 Evolución de la empresa, desde sus orígenes hasta hoy. Empresas estatales y privadas. 1.3 Misión y estrategia. 1.4 Generación de valor. 1.5 Concepto de lucro. 1.6 Concepto de externalidad. 1.7 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).	<i>Visión Analítica</i> <i>Autonomía</i> <i>Búsqueda, selección e integración de información</i>	Describe las características de una empresa privada por medio de trabajos prácticos. Analiza desde una óptica global la realidad de las empresas en el mundo actual mediante estudio de casos. Identifica las diferencias entre la misión y las estrategias de una empresa, reconociendo los contrastes entre las compañías que crean y las que destruyen valor a través de análisis de textos. Elabora un análisis personal de los temas explicando por qué hay empresas que cumplen y otras que no, con los “mínimos exigibles para las compañías”.

<p>2. Globalización del comercio, los negocios y las finanzas:</p> <p>2.1 Revisión de globalización como concepto “madre”: plano económico, tecnológico, social y cultural.</p> <p>2.2 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.</p> <p>2.3 Ventajas competitivas de las naciones.</p> <p>2.4 Grandes potencias de la economía mundial (Estados Unidos, China, Japón, Alemania).</p> <p>2.5 Economías emergentes.</p> <p>2.6 Las empresas más grandes del mundo.</p> <p>2.7 Concepto de <i>cluster</i>: cooperación y creatividad (Silicon Valley, Hollywood, salmón en Chile y Noruega, vino en Australia, tecnología en Finlandia).</p> <p>2.8 Cómo la educación (generación de capital humano) ha sido determinante en este proceso.</p>	<p><i>Visión Analítica</i></p> <p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Búsqueda, selección e integración de información</i></p>	<p>Asocia cómo la globalización ha favorecido el desarrollo y la expansión de las empresas a partir de exposiciones.</p> <p>Describe 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 por medio de informes escritos.</p> <p>Desarrolla una visión sobre la realidad de las empresas más grandes del mundo, y su relación con la globalización, al mismo tiempo que generen una visión analítica sobre las fortalezas de los <i>cluster</i>, mediante diversos talleres.</p> <p>Analiza información que favorezca los procesos de aprendizaje de las distintas temáticas de la asignatura mediante trabajos prácticos.</p>
<p>3. La innovación como motor del crecimiento:</p> <p>3.1 ¿Por qué la innovación es un tópico del que se habla tanto?</p> <p>3.2 Innovación y nuevos emprendimientos.</p> <p>3.3 El levantamiento de fondos.</p> <p>3.4 Innovación al interior de las organizaciones.</p> <p>3.5 Entidades que fomentan (y financian) la innovación.</p> <p>3.6 Diferencias culturales frente al “fracaso” empresarial.</p>	<p><i>Visión Analítica</i></p> <p><i>Elaboración e implementación de soluciones estratégicas e ideas innovadoras</i></p>	<p>Determina el valor de la innovación como motor del crecimiento económico.</p> <p>Desarrolla una visión analítica, que permita reconocer los factores que posibilitan que una innovación se convierta en un negocio viable, por medio de soluciones estratégicas e ideas innovadoras.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

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

- Clases teóricas en donde se fomentará la participación de los estudiantes en base a la argumentación y contraargumentación de casos.
- Discusiones guiadas por el docente apoyándose en 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, fomentando el aprendizaje experiencial del estudiante.

F. Estrategias de Evaluación

El curso contempla el desarrollo de diversas instancias de evaluación, tales como:

- 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 analítica, a través del establecimiento de juicios sobre la información que procesa, por medio de la comprensión de las relaciones entre las organizaciones y su entorno.
- 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.