

Programa de Asignatura
Introducción al Management

Misión FEN

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

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	Facultad de Economía y Negocios							
2. Carrera	Ingeniería Comercial							
3. Código	ECM116							
4. Ubicación en la malla	Semestre I, Año I							
5. Créditos	UDD	8	SCT	5				
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo			
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual		Otro	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas		Ayudantía			
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		Otras horas por periodo completo			
10. Pre-requisito	No tiene							

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

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

B. Aporte al Perfil de Egreso

La asignatura busca que el alumno se aproxime a su objeto de estudio que es la empresa y el management que se trata de una organización compleja que interactúa con el medio socio político cultural y económico de un país, y que debe ser bien conducida para contribuir a su desarrollo.



Este curso pertenece al ciclo de “Bachillerato” y al área disciplinar de Administración.

El curso se relaciona directamente con su especialidad profesional de Administración al brindar una formación sólida en los elementos imprescindibles para completar la formación de todo futuro Ingeniero Comercial.

Asimismo, es un curso teórico-práctico en el que el egresado pueda diferenciarse del resto de los profesionales del área mediante la formulación de juicios críticos sobre la realidad de la Administración de Empresas.

El aporte al perfil de egreso se traduce en que esta asignatura inicia el desarrollo de la Competencia Genérica de Compromiso Ético y las Competencias Específicas de Pensamiento Global, Análisis y Gestión Estratégica, Liderazgo y Trabajo en Equipo y Comunicación Efectiva.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Compromiso Ético	Aplica conceptos básicos asociados a las organizaciones y la estrategia empresarial como el rol social de las empresas, las áreas funcionales, tipos de estructura, posicionamiento, estrategia competitiva y la relación con el entorno, buscando estimular la capacidad de observación y análisis para realizar propuestas básicas de solución a problemáticas de la empresa.
Competencias Específicas	
Pensamiento Global	
Análisis y Gestión Estratégica	
Liderazgo y Trabajo en Equipo	
Comunicación Efectiva	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
Unidad I: La empresa y el management - <i>Origen de las organizaciones</i> - <i>Rol y función social de la empresa</i> - <i>Teorías clásicas de management</i>	<i>Pensamiento Global</i> <i>Compromiso Ético</i>	Identifica la existencia, el origen y el rol de las empresas.

- <i>Teorías neoclásicas y modernas del management</i>		Analiza las teorías clásicas, neoclásicas y modernas del management.
Unidad II: Estrategia Empresarial - <i>Modelo de análisis de la industria e identificación de ventajas competitivas: FODA, SWOT, Modelo 5 fuerzas de Porter, Modelo Bowman's Clock y Modelo RBV.</i>	<i>Pensamiento Global</i> <i>Análisis y Gestión Estratégica</i>	Analiza los elementos que generan ventaja competitiva para una empresa, considerando los actores claves, y propuestas de posicionamiento estratégico en un escenario determinado.
Unidad III: La organización - <i>Modelo de los 4 marcos (Bolman y Deal)</i> - <i>Organizational Ambidexterity</i> - <i>Gobernanza, diseño organizacional y áreas funcionales:</i> • <i>Marketing: segmentación y posicionamiento</i> • <i>Finanzas: presupuesto, apalancamiento, y fuentes de financiamiento.</i> • <i>Área de Personas: teorías y modelos</i> - <i>Teorías y modelos de Liderazgo gerencial</i> - <i>Dinámica de equipos de trabajo</i>	<i>Análisis y Gestión Estratégica</i> <i>Comunicación Efectiva</i>	Analiza la coherencia entre estrategia y diseño organizacional de una empresa Analiza la coherencia entre contexto y estilo de liderazgo dentro de la organización.
Unidad IV: La empresa y su entorno - <i>Stakeholder Theory</i> - <i>Modelos de sustentabilidad empresarial</i> - <i>Modelo de toma de decisiones éticas</i>	<i>Pensamiento Global</i> <i>Liderazgo y Trabajo en Equipo</i> <i>Compromiso Ético</i>	Analiza cómo los desafíos de la sustentabilidad afectan la estrategia empresarial. Identifica dilemas éticos que se pueden presentar en una empresa. Aplica el modelo de toma de decisiones pertinente para resolver dilemas éticos.



E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de clases participativas, que el estudiante debe reforzar con lecturas indicadas en la bibliografía del curso y artículos indicados por el profesor, junto con el desarrollo de trabajos y casos de negocio aplicados.



El estudiante analizará problemáticas reales en las empresas, donde podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- Clases participativas.
- Lecturas de material bibliográfico y artículos indicados por el profesor.
- Resolución y discusión de casos de negocios.

F. Estrategias de Evaluación

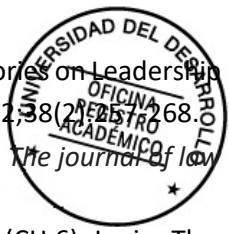
La evaluación del curso se compone de:

- Certámenes individuales.
- Examen individual.
- Evaluaciones cortas individuales y grupales.
- Participación en clase.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía

- A framework for ethical decision making, Markkula Center for Applied Ethics, Santa Clara University
- Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management*, 27(6), 643-650.
- Bolman, L. G., & Deal, T. E. (2017). *Reframing organizations: Artistry, choice, and leadership*. John Wiley & Sons.
- Building a "backdoor" to the Iphone: An ethical dilemma. W16245. (2017)
- Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *economica*, 4(16), 386-405.
- Christensen, C. M. (2001) The past and future of competitive advantage. *MIT Sloan Management Review*; Winter 2001; 42, 2, pg 105.
- Dyllick, T., & Muff, K. (2015). Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability. *Organization and Environment*, 29(2), 156–174.
- Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.

- 
- Hoyt CL, Burnette JL, Innella AN. I Can Do That: The Impact of Implicit Theories on Leadership Role Model Effectiveness. *Personality and Social Psychology Bulletin*. 2012;38(2):251-268.
 - Fama, E. F., & Jensen, M. C. (1983). Agency problems and residual claims. *The Journal of Law and Economics*, 26(2), 327-349.
 - Faulkner, D., & Bowman, C. (1996). Competitive and Corporate Strategy (CH.6). Irwin: The Strategy Clock: Competitive Strategy Options.
 - Ferrel O.C., Hirt Geoffrey, Ramos Garza, Leticia, Adriaenssens Rodríguez, Marianela, y Flores Cardenas, Miguel Ángel. "Introducción a los negocios en un mundo cambiante", Mc Graw Hill, 7ª edición, 2010.
 - Freeman, R. E., & McVea, J. (2005). A stakeholder approach to strategic management. *The Blackwell handbook of strategic management*, 183-201.
 - Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits.
 - Ghemawat & Rivkin (2009): "Creating Competitive Advantage" (in strategy and the Business Landscape, pp. 49-60)
 - Goleman, D. (2017). What Makes a Leader?(Harvard Business Review Classics). Harvard Business Press.
 - Kiechel, W. (2012). The management century. *Harvard business review*, 90(11), 62-75.
 - Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. *Academy of management Journal*, 55(1), 151-171.
 - O'Reilly III, C. A., & Tushman, M. L. (2013). Organizational ambidexterity: Past, present, and future. *Academy of management Perspectives*, 27(4), 324-338.
 - Pavez_2019_Dinámica organizacional Perspectiva de los cuatro marcos_UDD
 - Porter, M. E., & Advantage, C. (1985). Creating and sustaining superior performance. *Competitive advantage*, 167, 167-206.
 - Porter, M. E. (2021). What is Strategy? *Harvard Business Review*
 - Snyder, N. H., & Wheelen, T. L. (1981, August). Managerial Roles: Mintzberg and the Management Process Theorists. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 1981, No. 1, pp. 249-253). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
 - Statement on the Purpose of a Corporation, the Business Roundtable, 2019
 - Tuckman, B. W. (1965). Developmental sequence in small groups. *Psychological bulletin*, 63(6), 384.
 - La búsqueda de Google por el equipo perfecto (2016)

Recursos Digitales:

- Sobre las empresas: <https://www.youtube.com/watch?v=agZVLfpssco&t=14s>
- Sobre los costos de transacción: <https://youtu.be/UQun0liXUCs>

- Autointerés y beneficios: https://www.youtube.com/watch?v=ev_Uph_TLLQw-325s
- Función social de la empresa: <https://www.youtube.com/watch?v=Z5KZhmT9EQ0>
- Max Weber: <https://youtu.be/jt34EwRdzw8>
- Frederick Taylor: <https://www.youtube.com/watch?v=OM-QigINVFc>
- Henry Fayol: <https://www.youtube.com/watch?v=jAb9tABM9VE>
- Elton Mayo: <https://www.youtube.com/watch?v=sl5dxHfKGaI>
- Abraham Maslow: https://www.youtube.com/watch?v=krRY_JKxDO4
- Douglas McGregor: <https://www.youtube.com/watch?v=CXAzZRnJo2o>
- Que es estrategia: <https://youtu.be/0BgMQkKMKaE>
- Análisis FODA/SWOT: <https://www.youtube.com/watch?v=ld8LsulP-FM>
- 5 Fuerzas: <https://www.youtube.com/watch?v=XCWHSeDU-zk>
- 5 Fuerzas ejemplos: <https://youtu.be/Q81XpCg8444>
- El reloj estratégico: <https://www.youtube.com/watch?v=hsV1mraa4AI>
- Resource Based View: <https://www.youtube.com/watch?v=3JKCiYZt8Qc>
- Cuatro marcos: <https://www.youtube.com/watch?v=QyLz7ayl2sI>
- Cuatro marcos aplicado al liderazgo: <https://youtu.be/eebl2ITnd0w>
- Ambidestreza organizacional: <https://www.youtube.com/watch?v=C4-FVJ0nYJk>
- Qué es la gobernanza corporativa: <https://youtu.be/ppz3wY5L3uE>
- Sobre la teoría de agencia: <https://www.youtube.com/watch?v=UmXifiKOEjQ>
- Qué es marketing: <https://youtu.be/TCpNzWdoO3Y?t=28>
- Estrategias de marketing: <https://youtu.be/bilOOPuAvTY>
- Qué es posicionamiento: <https://youtu.be/X-KIXFuF1H8>
- Qué es segmentación: <https://youtu.be/-MI8RMP98kk>
- Gestión financiera en la empresa: https://youtu.be/WNm_ez1h7Tc
- Fuentes de financiamiento: <https://youtu.be/bQafwq48ojE>
- Qué es el apalancamiento: https://youtu.be/Hye-V_olat8
- Financiamiento en emprendimientos: <https://youtu.be/677ZtSMr4-4>
- Teoría Z: <https://youtu.be/8pORryzjRJw>
- Equity Theory: <https://youtu.be/ksnCw96vg7M>



- Expectation Theory: <https://youtu.be/WDgF7Avijlc>
- Administrando el área de personas: https://youtu.be/aPEUKLxxh_k
- Estrategia y rentabilidad: <https://www.youtube.com/watch?v=Wi78IXfurgA>
- Las funciones directivas de Mintzberg: <https://youtu.be/bJe4YWdGzzM>
- Qué hace un gran líder: https://youtu.be/_QpUH7i7EhM?t=13
- La psicología del éxito: https://youtu.be/QGvR_0mNpWM

