

PROGRAMA DE CURSO
TALLER DE DESARROLLO COMERCIAL

A. Antecedentes generales del curso:

Departamento	Departamento Ciencias de la Computación - DCC					
Nombre del curso	<i>Taller de Desarrollo Comercial</i>					
Nombre del curso en inglés	<i>Commercial Development Workshop</i>					
Código	CC5609		Créditos	3		
Horas semanales	Docencia	1,5	Auxiliares	0	Trabajo personal	3,5
Carácter del curso	Obligatorio			Electivo	Electivo - Curso Formación Integral de Especialidad.	
Requisitos	CC3002					

B. Propósito del curso:

El propósito de este curso es optimizar la forma como los alumnos se relacionan con su entorno, por medio de la enseñanza de distintas habilidades y técnicas de comunicación oral y escrita, que les permitan una adecuada inserción en ambientes de trabajo, conocer códigos de conducta y comunicación utilizados en organizaciones de distintos tipos, analizar críticamente su propio desenvolvimiento comunicacional y el comportamiento social de personas, grupos y equipos.

El curso tributa a las siguientes competencias específicas (CE) y genéricas (CG):

CE4: Extraer información relevante, utilizando el proceso de descubrimiento de conocimiento de datos.

CE9: Desarrollar soluciones computacionales de manera interdisciplinaria y colaborativa.

CG1: Comunicación profesional y académica: Comunicar en español de forma estratégica, clara y eficaz, tanto en modalidad oral como escrita, puntos de vista, propuestas de proyectos y resultados de investigación fundamentados, en situaciones de comunicación compleja, en ambientes sociales, académicos y profesionales.

CG4: Trabajo en equipo: Ejecutar con su equipo, de forma estratégica, diversas actividades formativas propuestas, considerando la autogestión de sí mismo y la relación con el otro, asumiendo diversos roles: de líder, colaborador u otros, según requerimientos y objetivos, sin discriminar por género u otra razón.

CG5: Innovación: Concebir ideas viables y novedosas para resolver problemas o necesidades, materializadas en productos, servicios o en mejoras a procesos, considerando el contexto sociocultural, económico y los beneficios para el usuario.

C. Resultados de aprendizaje:

Competencias específicas	Resultados de aprendizaje
CE4	(RA1) Obtiene y sistematiza información proveniente de diversas fuentes externas, orientadas al entendimiento de un problema que puede modelar con la ayuda de TIC.
CE9	(RA2) Desarrolla propuestas de solución mediante TIC a problemas que descubre en una organización.
Competencias genéricas	Resultados de aprendizaje
CG1	(RA3) Adquiere habilidades de socialización para mejorar su comunicación fuera del aula.
CG1	(RA4) Utiliza su cuerpo como herramienta de comunicación.
CG1, CG5	(RA5) Elabora documentos escritos enfocados en beneficios para el receptor de la información.
CG1, CG4	(RA6) Comprende la dinámica social de personas y organizaciones.
CG4	(RA7) Controla el flujo de reuniones.
CG1, CG4	(RA8) Realiza presentaciones efectivas.

D. Unidades temáticas:

Número	RA al que tributa	Nombre de la unidad	Duración en semanas
1	RA3, RA4, RA6	Comportamiento social	4
Contenidos		Indicador de logro	
1.1 Análisis de perfiles sociales		El estudiante:	
1.2 Diferenciación		1. Comprende la importancia de una buena primera impresión	
1.3 El cuerpo como herramienta de comunicación		2. Utiliza su cuerpo como método de diferenciación positiva	
1.4 Dinámica del comportamiento humano		3. Comprende el proceso de toma de decisiones por parte de las personas	
1.5 Sentido de pertenencia		4. Analiza las motivaciones más usuales que inciden en el comportamiento humano	
1.6 Manejo de miedos y expectativas		5. Comprende el origen de los miedos al momento de efectuar comunicaciones orales	
		1. Maneja las expectativas propias al momento de comunicarse oralmente	
Bibliografía de la unidad		(1) "Who moved my cheese?" (2) "Somos Todos, Uno"	

Número	RA al que tributa	Nombre de la unidad	Duración en Semanas
2	RA1, RA2, RA5, RA6	Planificación	3
Contenidos		Indicador de logro	
2.1 Estructura organizacional		El estudiante:	
2.2 Planificación de objetivos		1. Comprende la estructura de empresas y organizaciones	
2.3 Estructura de reuniones		2. Aprecia la importancia de las personas al interior de las organizaciones	
2.4 Procesos de venta e influenciamiento		3. Planifica objetivos de distinto nivel como paso previo a la realización de una reunión	
2.5 Estructura de documentos escritos		4. Comprende la estructura de reuniones de distinto tipo	
		5. Comprende la importancia de la planificación en los procesos de venta e influenciamiento	
		6. Aplica pasos lógicos para la creación de documentos escritos que muestran valor a quien los lee	
Bibliografía de la unidad		(3) "Planeación estratégica"	

Número	RA al que tributa	Nombre de la unidad	Duración en semanas
3	RA3, RA4, RA6, RA7	Comunicación asertiva	3
Contenidos		Indicador de logro	
3.1 Estructura de mensajes 3.2 Importancia del medio de transporte 3.3 Ciclos de atención 3.4 Improvisación 3.5 Abordaje a desconocidos		El estudiante: 1. Comprende la estructura lógica de mensajes entre personas 2. Comprende la importancia de los potenciadores no verbales a la hora de entregar mensajes orales 3. Analiza las limitaciones de los procesos de atención en las personas 4. Realiza discursos improvisados 5. Comprende la importancia de los ciclos de atención para aumentar la efectividad de sus comunicaciones 6. Toma el control en conversaciones con desconocidos	
Bibliografía de la unidad		(4) "Storytelling como estrategia de comunicación"	

Número	RA al que tributa	Nombre de la unidad	Duración en semanas
4	RA2, RA4, RA5, RA6, RA7, RA8	Presentaciones efectivas	5
Contenidos		Indicador de logro	
4.1 Liderazgo 4.2 Dirección de equipos de trabajo 4.3 Manejo de objeciones 4.4 Comercialización de productos y servicios 4.5 Etapas de una presentación		El estudiante: 1. Comprende los distintos roles presentes en un proceso de comunicación oral grupal 2. Reconoce características de liderazgo presentes en su propio quehacer 3. Comprende la importancia de los líderes en la consecución de objetivos durante trabajos grupales 4. Realiza preguntas pertinentes para la obtención de información útil 5. Maneja adecuadamente las objeciones que se le presentan 6. Descubre beneficios asociados a productos y servicios 7. Maximiza la efectividad de sus propias presentaciones orales 8. Utiliza adecuadamente elementos de apoyo para una presentación oral	
Bibliografía de la unidad		(5) "The New Strategic Selling"	

E. Estrategias de enseñanzas:

El curso se estructura en base a distintas metodologías que fomenta la participación del estudiante e incluyen principalmente:

- Clases expositivas
- Presentaciones orales individuales y grupales
- Construcción de documentos individuales y grupales
- Discusiones sobre temas de interés conjunto
- Juegos de rol

F. Estrategias de evaluación:

La propuesta de evaluación es de proceso y considera distintas instancias, entre las que se pueden mencionar:

- Un documento escrito y presentación oral individual
- Dos documentos escritos y presentaciones orales grupales

G. Recursos bibliográficos:

Bibliografía obligatoria:

(no se considera lecturas obligatorias en este ramo)

Bibliografía Complementaria:

- (1) "Who moved my cheese?". (1998). Johnson, S. Ed G.P. Putnam's Sons. New York, USA.
- (2) "Somos todos, uno". (2018). Anguita, J. Ed Segismundo. Santiago, Chile
- (3) "Planeación estratégica". (2016). Chiavetano, I. McGraw-Hill Interamericana. Cd de México, México.
- (4) "Storytelling como estrategia de comunicación". (2019). Lamarre, G. Ed Gustavo Gili SL. Barcelona, España.
- (5) "The New Strategic Selling". (2005). Miller, R., Heiman, S. Warner Books Ed. New York, USA.

H. Datos generales sobre elaboración y vigencia del programa de curso:

Vigencia desde:	Primavera 2020
Elaborado por:	Adolfo Carrasco
Validado por:	