



UNDERGRADUATED
INCOMING STUDENTS

COURSES ABSTRACTS & SYLLABI
FALL SEMESTER
2012

UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ
RELACIONES INTERNACIONALES
OFFICE OF INTERNATIONAL EDUCATION



OBSERVATIONS

1. English language written abstracts and syllabi indicate the courses are dictated in English.
2. Spanish language written abstracts and syllabi indicate the courses are dictated in Spanish.
3. OIE Courses are dictated under the exclusive responsibility of the Office of International Education.
4. Recommended Courses are dictated under the exclusive responsibility of the Undergraduate Program of the University (Pregrado).
5. Some syllabi might be modified by Professors before official enrollment. Students are responsible to check the definite syllabus when enrolling the course.

OIE COURSES ABSTRACTS

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

PRE-COLUMBIAN CULTURES	7
LATIN AMERICAN CULTURE AND IDENTITY.....	7
LATIN AMERICA IN THE AGE OF GLOBALIZATION	7
CAPITALISM, SOCIALISM AND COMMUNISM IN LATIN AMERICA	7
LATIN AMERICA ON FILM	8
CONFLICTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA.....	8
ARTE E IDENTIDAD LATINOAMERICANA	8
CHILE: SU HISTORIA DURANTE EL SIGLO XX.....	8

BUSINESS IN LATIN AMERICA

ECONOMIC DEVELOPMENT IN LATIN AMERICA: MILESTONES AND CRISIS	9
MARKETING TRENDS AND STRATEGIES IN LATIN AMERICA	9
INTERNATIONAL BUSINESS: DOING BUSINESS IN LATIN AMERICA	9
STRATEGIC LEADERSHIP	10

SPANISH COURSES

ESPAÑOL BÁSICO: GRAMÁTICA.....	10
ESPAÑOL BÁSICO: COMUNICACIÓN.....	10
ESPAÑOL INTERMEDIO: GRAMÁTICA.....	11
ESPAÑOL INTERMEDIO: COMUNICACIÓN.....	11
FONÉTICA DEL IDIOMA ESPAÑOL.....	11
GRAMÁTICA AVANZADA	11
ESPAÑOL AVANZADO: CULTURA CHILENA.....	11
INTRODUCCIÓN A LOS GÉNEROS LITERARIOS	12

PREGRADO RECOMMENDED COURSES ABSTRACTS

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

LITERATURA HISPANOAMERICANA.....	13
FORMACIÓN DE LA CULTURA LATINOAMERICANA	13
HISTORIA DE CHILE: INDEPENDENCIA.....	13
HISTORIA DE CHILE CONTEMPORÁNEO	13
HISTORIA DEL ARTE AMERICANO Y CHILENO	14
SEMINARIO DE HISTORIA DE CHILE.....	14

BUSINESS COURSES

ECONOMÍA INTERNACIONAL	14
MACROECONOMÍA	14
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	15
FINANZAS I	15
FINANZAS II	15
MARKETING I.....	15
MARKETING II.....	15
FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE OPERACIONES	16
GESTIÓN Y PERSONAS	16
FUNDAMENTOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES.....	16
TALLER DE GESTIÓN COMERCIAL.....	16
TALLER DE INNOVACIÓN	17

SPANISH COURSES

EXPRESIÓN ESCRITA	17
EXPRESIÓN ORAL.....	17

OIE COURSES SYLLABI

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

PRE-COLUMBIAN CULTURES	18
LATIN AMERICAN CULTURE AND IDENTITY.....	19
LATIN AMERICA IN THE AGE OF GLOBALIZATION	22
CAPITALISM, SOCIALISM AND COMMUNISM IN LATIN AMERICA	25
LATIN AMERICA ON FILM	28
CONFLICTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA.....	30
ARTE E IDENTIDAD LATINOAMERICANA	32
CHILE: SU HISTORIA DURANTE EL SIGLO XX.....	34

BUSINESS IN LATIN AMERICA

ECONOMIC DEVELOPMENT IN LATIN AMERICA: MILESTONES AND CRISIS	36
MARKETING TRENDS AND STRATEGIES IN LATIN AMERICA	39
INTERNATIONAL BUSINESS: DOING BUSINESS IN LATIN AMERICA	41
STRATEGIC LEADERSHIP	43

SPANISH COURSES

ESPAÑOL BÁSICO: GRAMÁTICA.....	47
ESPAÑOL BÁSICO: COMUNICACIÓN.....	48
ESPAÑOL INTERMEDIO: GRAMÁTICA.....	50
ESPAÑOL INTERMEDIO: COMUNICACIÓN.....	52
FONÉTICA DEL IDIOMA ESPAÑOL.....	54
GRAMÁTICA AVANZADA	56
ESPAÑOL AVANZADO: CULTURA CHILENA.....	58
INTRODUCCIÓN A LOS GÉNEROS LITERARIOS	60

PREGRADO RECOMMENDED COURSES SYLLABI

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

LITERATURA HISPANOAMERICANA.....	62
FORMACIÓN DE LA CULTURA LATINOAMERICANA	64
HISTORIA DE CHILE: INDEPENDENCIA.....	65
HISTORIA DE CHILE CONTEMPORÁNEO.....	67
HISTORIA DEL ARTE AMERICANO Y CHILENO	68
SEMINARIO DE HISTORIA DE CHILE.....	70

BUSINESS COURSES

ECONOMÍA INTERNACIONAL	74
MACROECONOMÍA	76
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	79
FINANZAS I	83
FINANZAS II	85
MARKETING I.....	87
MARKETING II.....	89
FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE OPERACIONES	91
GESTIÓN Y PERSONAS	92
FUNDAMENTOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES.....	94
TALLER DE GESTIÓN COMERCIAL.....	96
TALLER DE INNOVACIÓN.....	99

SPANISH COURSES

EXPRESIÓN ESCRITA	101
EXPRESIÓN ORAL.....	103

ANNEX: SCHEDULE OF CLASSES (OIE COURSES)	105
---	------------

OIE COURSES ABSTRACTS

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

PRE-COLUMBIAN CULTURES

HIST 345 | 3 credits

This course aims to know some aspects of the Latin American culture related to its cultural heritage. Through the study of Pre-Columbian civilizations, its worldviews and social patterns, this course aims to achieve in depth analysis on Latin American identity.

LATIN AMERICAN CULTURE AND IDENTITY

HIST 315 | 3 credits

This course aims to know some aspects of the Latin American culture related to essential ideas. Among them, and based on bibliography according to the subject, we will try to solve the “Latin American issue” as a historical process. We will analyze some aspects such as origin of the term, historiography conceptions, historical processes of cultural exchange that the continent has experienced foreign perceptions about the subject and its historical interpretations, among others.

LATIN AMERICA IN THE AGE OF GLOBALIZATION

LAS 325 | 3 credits

This course intends to give the student a view of contemporary Latin America, balancing a perspective between its traditional political and social paradigms as well as proposing a set of approaches to the concept of globalization. This will be carried out by mixing both the concept of mestizo culture as well as the contemporary perspectives of the phenomenon of globalization. The course will start proposing a short perspective about Latin American contemporary history and particularly relating to its ideological paradigms of the cold war period. Then, it will revise the concepts and state of the art related to the debate about globalization as a cultural phenomenon. Finally, it will go into the different approaches and processes that have tainted the relation between Latin America and globalization since the late 1980s and the end of the cold war, providing special attention to the proactive approaches such as those espoused by Chile, Mexico and Peru, and the negative or pessimistic ones related to the Bolivarian and indigenes approaches as well as the pertinence of the Cuban revolutionary model and its impact in the antiglobal regional perspectives.

CAPITALISM, SOCIALISM AND COMMUNISM IN LATIN AMERICA

LAS 350 | 3 credits

Both communism and socialism are born in Europe (nineteenth century) as a response to capitalism, but it was in Latin America where both left wing movements reached an unsuspected relevance, although a century later both arose product of the strong economic existing inequality

and a strong ideologization of a group of intellectuals linked, in many cases, to the elite. Though both doctrines -until approximately the second quarter of the twentieth century- rejected the democratic system and prompted the seizure of power through arms, now claim the popular vote. However, it should be noted that:

- Left wing movements have specific characteristics according to the country in which we are.
- Mostly leftist movements that reached the power were through violence
- There are organized movements of the extreme left in Latin America, that still vindicate the armed warfare, but that moved away from its doctrinal roots to be linked today to terrorism and drug trafficking.

LATIN AMERICA ON FILM

LAS 335 | 3 credits

Latin Americans seek their identity through art. This allows them to integrate a vision about themselves and their world. This course provides not just an historical, but also cultural and cinematographical approach to Latin America. Through cinema, cross-cultural issues can be seen, considering the fact that each of the countries that conforms Latin America has developed a distinctive culture. The cinematic approach, therefore, will have a multicultural nature: it will include films made by artist from Chile, Germany and United States. This multicultural sight is favorable as it greatly brings out the unique richness present only in Latin America.

CONFLICTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA

LAS 357 | 3 créditos

El curso busca que el alumno se pregunte si el ordenamiento político que se da indistintamente en los países latinoamericanos responde más bien a una estructura económica, social y cultural, que hace difícil la estabilidad política, sea cual sea el régimen político a instaurar.

El curso tiene como objetivo entregar al alumno las herramientas para analizar y comprender las lógicas de funcionamiento político-sociales y las dinámicas internas que existen en América Latina en relación a sus metas de cambios en la sociedad.

ARTE E IDENTIDAD LATINOAMERICANA

LAS 309 | 3 créditos

El curso propone el conocimiento general por parte del alumno de algunos rasgos de la identidad latinoamericana y chilena, a través de la historia del arte y de las mentalidades. Se busca entregar herramientas de valoración que permitan al alumno comprender las semejanzas y diferencias principales en la identidad cultural en Latinoamérica, desde la perspectiva artística y cultural.

CHILE: SU HISTORIA DURANTE EL SIGLO XX

HIS 328 | 3 créditos

El curso tiene por objetivo entregar al alumno extranjero una perspectiva coherente de la combinación de factores sociales, políticos y económicos que han dominado la evolución chilena

durante el Siglo XX, haciendo un fuerte énfasis en la dinámica de sinergia entre factores y procesos que normalmente se analizan por separado.

BUSINESS IN LATIN AMERICA

ECONOMIC DEVELOPMENT IN LATIN AMERICA: MILESTONES AND CRISIS

HIST 335 | 3 credits

This course is designed to give its students detailed knowledge of Latin American history through the study of its economic development, milestones and crises. It will address how Latin America came to be in its current circumstances and how this process can be interpreted and understood today. For this, we shall take a general view of the process as well as study cases of specific situations and countries such as Brazil, Argentina and, of course, Chile. Students are expected to develop a thorough knowledge of key historical issues, trends and events, as well as key concepts and theories of economic history; and to develop analytical skills for the study of Latin American history. Students will be confronted with documents for the study of Latin American history that shall be analyzed individually and in groups; conclusions shall be discussed with the rest of the class.

MARKETING TRENDS AND STRATEGIES IN LATIN AMERICA

MKT 335 | 3 credits

Marketing is part of modern life as we are continuously exposed to products, services, advertising, media messages and personal sales approaches. However there is not a clear understanding of what marketing means. The basic idea behind marketing is that companies can survive and growth by satisfying the needs of the consumers. But in continuously changing markets this is not an easy challenge to achieve. The environment is increasingly complex, there are strong cultural changes and technology evolves at amazing rates, within other economic and political decisions that impact directly the business environment. The understanding of these changes and the marketing process allows companies to define the adequate strategies to achieve the everyday battle of the consume budget and develop profitable businesses with long term sustainability.

INTERNATIONAL BUSINESS: DOING BUSINESS IN LATIN AMERICA

MGT 335 | 3 credits

In the globalization era investors around the world are looking for new markets to invest. Latin America appears as an attractive region for business. According to Goldman Sachs' BRIC review of emerging economies, by 2050 the largest economies in the world will be as follows: CHINA, United States, India, Brazil, and Mexico. In addition in 2010 Latin America integrated five nations classified as high-income countries: Argentina, Chile, Uruguay, Mexico and Panama.

Today countries in Latin America, such as Brazil, show stability and growth allowing it to become an increasingly influential player in world affairs. Others like Chile are considered for many foreign

investors as a gateway for Asia to enter the South American region because is close and it is political-economic secure. Also the region attach a close business relationship with the USA because its proximity. All these facts make it essential that business people learn about doing business in Latin America. This course will focus in Latin America. Students will learn about socio-cultural issues, economic and political-legal environment, together with strategic considerations when doing business in Latin American countries. Learning approach will be base in cases of study as well as lectures.

STRATEGIC LEADERSHIP

PLE 320 | 3 credits

Being a leader is not easy and it is not free from risks. The main objective of this course is to introduce to students in a leadership model that gives them the different tools to help them face the reality that is around them, being active individuals in it. We would like to train students to be conscious of the world they live in, with the capacity to analyze, being innovators, creative, that can diagnose problems on time and challenges to face, in order to strategically take part in the organizations in which they will be part of and produce and lead changes in them.

SPANISH COURSES

ESPAÑOL BÁSICO: GRAMÁTICA

SPAN 121 | 4 créditos

Este curso se basa en la enseñanza del español a través de un enfoque gramatical. Mediante diferentes técnicas de enseñanza los estudiantes serán capaces de incrementar sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir a un nivel inicia a1 a2 del MCRE (marco común de referencia europea), como también aprender sobre la geografía, historia y cultura de los países hispanohablante.

ESPAÑOL BÁSICO: COMUNICACIÓN

SPAN 111 | 4 créditos

Este curso se basa en la enseñanza del español a través de un enfoque comunicacional. Mediante diferentes técnicas de enseñanza los estudiantes serán capaces de incrementar sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir a un nivel inicia a1 a2 del MCRE (marco común de referencia europea), como también aprender sobre la geografía, historia y cultura de los países hispanohablante.

ESPAÑOL INTERMEDIO: GRAMÁTICA

SPAN 221 | 3 créditos

Los estudiantes en este curso incrementarán sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir en español, tanto en complejidad en las estructuras gramaticales como en la adquisición de nuevo vocabulario. El aprendizaje será a través de la geografía, historia y cultura del mundo hispanohablante, con énfasis en Chile y Sudamérica. El enfoque estará en la mejora de la producción oral y escrita teniendo presente el conocimiento previo de la lengua. Los estudiantes construirán su aprendizaje en un nivel más sofisticado realizando actividades, como presentaciones formales, entrevistas y lectura de textos.

ESPAÑOL INTERMEDIO: COMUNICACIÓN

SPAN 211 | 3 créditos

Los estudiantes en este curso incrementarán sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir en español desde un enfoque comunicativo de mediana complejidad. El aprendizaje será a través de la geografía, historia y cultura del mundo hispanohablante, con énfasis en Chile y Sudamérica. El estudiante podrá analizar, entender y comparar las diferencias sociales, económicas y culturales los países hispanos con su país de origen.

FONÉTICA DEL IDIOMA ESPAÑOL

SPAN 350 | 3 créditos

Curso teórico-práctico que entrega las competencias lingüísticas necesarias para la producción oral de la lengua española en su norma formal estandarizada para los distintos dominios del mundo hispánico, a partir de la base lingüística de la lengua materna de los usuarios, comparando ambos sistemas fonológicos y fonéticos con el fin de eliminar las interferencias de la lengua materna en la producción de la segunda lengua.

GRAMÁTICA AVANZADA

SPAN 355 | 3 créditos

La asignatura pretende ser una descripción de la morfología y la sintaxis españolas orientada a los no hispanohablantes. El conocimiento explícito de la gramática por parte del alumno permite la ampliación y el desarrollo de los recursos para la comunicación tanto oral como escrita. Por ello, la asignatura consiste en la exposición de las estructuras sintácticas fundamentales del idioma español.

ESPAÑOL AVANZADO: CULTURA CHILENA

SPAN 340 | 3 créditos

Este es un curso de conversación principalmente en torno a diversos aspectos que conforman la cultura chilena junto con revisar algunos aspectos gramaticales relevantes del idioma español. Se espera que el alumno tenga un nivel de entrada intermedio alto.

El curso promueve que el estudiante mejore sus habilidades de lenguaje y lectura revisando textos originales y escuchando conversaciones más complejas. Los alumnos también incrementarán su vocabulario y practicarán el idioma español con el fin de expresarse de manera fluida y coherente. Los estudiantes trabajarán en un proyecto donde analizarán la situación socio-política de Chile. El tema de investigación dependerá de la motivación del alumno, su experiencia previa y compromiso con el curso.

El énfasis será puesto en la competencia de las cuatro habilidades del lenguaje (lectura, escritura, audición y expresión oral).

INTRODUCCIÓN A LOS GÉNEROS LITERARIOS

SPAN 350 | 3 créditos

Este es un curso se discutirán textos en español de los cuatro principales géneros literarios: narrativa, poesía, ensayo y teatro. Se estudiarán textos tanto de España como de Latino América. Las lecturas, discusiones en clases, pruebas y ensayos son estrictamente en español.

Las lecturas deben ser preparadas de forma previa a la clase, ya que estas se dedicarán estrictamente al análisis y discusión.

PREGRADO RECOMMENDED COURSES ABSTRACTS

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

LITERATURA HISPANOAMERICANA

LITR 319 | 3 créditos

El curso estará centrado en la producción literaria contemporánea, específicamente la de los autores del denominado “boom latinoamericano”. El criterio fundamental es la opción por el análisis textual enfocado en un número reducido de obras representativas más que en una panorámica histórica. Cada obra será expuesta a la luz de tres entradas: a) lectura de tipo técnica: estructuras, recursos estilísticos; b) lectura temática: el problema de la identidad latinoamericana; c) relecturas actuales de la crítica.

FORMACIÓN DE LA CULTURA LATINOAMERICANA

LAS 321 | 3 créditos

Para conocer Latinoamérica hay primero que comprenderla. Por esta razón, el curso busca hallar los orígenes de lo que denominamos cultura latinoamericana, con toda la diversidad y riqueza que ello conlleva, en una realidad verdaderamente multicolor. Comprender la historia del continente y su trayectoria a través del tiempo, así como valorar su diversidad, son elementos que sólo se dimensionan al enfrentar estas temáticas.

HISTORIA DE CHILE: INDEPENDENCIA

HIS 251 | 3 créditos

Este curso comprende el período que Chile vivió durante su proceso de independencia, que abarca desde comienzos del Siglo XIX hasta la consolidación de la República a partir de 1930. En este curso se pretende profundizar en la complejidad del proceso y analizar las diversas etapas del mismo.

HISTORIA DE CHILE CONTEMPORÁNEO

HIS 346 | 3 créditos

El curso estudia descriptiva, crítica y analíticamente las orientaciones y modalidades adquiridas por el devenir histórico nacional más reciente. Se busca, bajo un ejercicio metodológico integrador, apreciar cómo el sistema político chileno delineado en torno a los años 20 y 30 del Siglo XX, conoció una serie de debilidades que a la postre terminaron tempranamente por erosionarlo. También se da cuenta del dirigismo estatista que privilegió, en el plano económico y social, el llamado concierto de intereses sectoriales. Todas estas tendencias fueron reforzadas por el sistema educacional imperante. Finalmente se aborda la crisis de los 70 y el proceso de institucionalización y modernización que emprendió el gobierno militar bajo la concepción de democracia protegida en lo político y aperturista en lo económico.

HISTORIA DEL ARTE AMERICANO Y CHILENO

ART 112 | 3 créditos

El conocimiento de la historia del arte chileno es determinante para la formación de los futuros estudiantes. El conocimiento de la historia política, económica y social del país adquiere su verdadera dimensión cuando se comprenden los fenómenos culturales en que se insertan. En este sentido el estudio de las manifestaciones artísticas permite construir una visión más global de los procesos.

SEMINARIO DE HISTORIA DE CHILE

HIS 346 | 3 créditos

Los seminarios de especialidad son cursos de carácter monográfico que buscan profundizar en materias específicas relacionadas con la historia de Chile. Son asignaturas en las cuales se entregan herramientas metodológicas propias del oficio del historiador.

BUSINESS COURSES

ECONOMÍA INTERNACIONAL

ECO 225 | 3 créditos

Este curso aborda, fundamentalmente, la teoría macroeconómica para economías abiertas, es decir, economías que intercambian bienes, servicios y activos con el exterior. Para ello debemos incorporar los mercados agregados subyacentes al comercio internacional que se registra en la balanza de pagos. Tales mercados internacionales interactúan con los mercados domésticos de bienes y de activos, en el corto y en el largo plazo. En este curso se pondrá especial énfasis en la distinción entre equilibrios de corto y de largo plazo, incorporando los efectos macroeconómicos del proceso de ajuste en el nivel de precios, en las reservas internacionales y en el tipo de cambio.

MACROECONOMÍA

ECO 224 | 3 créditos

Este curso permite analizar cómo se comportan a través del tiempo (y cómo interactúan entre sí) las diferentes variables macroeconómicas, tales como el nivel de actividad económica de un país (PIB), el nivel agregado de empleo, el consumo, ahorro e inversión del sector privado, el nivel promedio de los precios de los bienes de consumo (IPC), entre otras. A su vez, estos modelos macroeconómicos permiten entender cómo un gobierno puede afectar dichas variables por medio de la política económica: la política fiscal, la política monetaria, la política cambiaria y la política de comercio internacional (en bienes y en activos).

ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

ECO 213 | 3 créditos

En este curso estudiaremos cómo utilizar las herramientas de la economía desde la perspectiva de empresas, introduciendo al alumno en el estudio de temas de organización industrial y de regulación. Específicamente, se estudia el comportamiento de las empresas en un contexto intermedio entre el paradigma de la competencia perfecta y el monopolio con precio uniforme. Asimismo, se estudia la teoría de la regulación económica, ilustrando cómo se relaciona la elección del mecanismo regulatorio con la información que dispone el regulador y con los objetivos que este tiene.

FINANZAS I

FIN 301 | 3 créditos

Finanzas I entrega una amplia introducción a la disciplina de finanzas desde una perspectiva de la empresa. En este curso el énfasis está puesto en desarrollar una comprensión del potencial de aplicaciones de herramientas financieras en la toma de decisiones en la empresa, integrando conceptos desarrollados en otras disciplinas de la administración y economía.

FINANZAS II

FIN 302 | 3 créditos

Este curso busca entender las decisiones de las personas bajo incertidumbre, comprendiendo el proceso de formación de precios de los activos financieros, entendiendo los factores que determinan las decisiones de inversión y financiamientos de las empresas, teniendo principios básicos de los principales derivados.

MARKETING I

MKT 301 | 3 créditos

Marketing es la actividad, conjunto de instituciones y procesos que tienen como objetivos crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que poseen valor para los clientes, socios, organización y para la sociedad en general (American Marketing Academy, 2007).

Marketing I brinda las habilidades y herramientas para el desarrollo e implementación de estrategias de marketing de vanguardia, que cumplan con los objetivos centrales que son la orientación al cliente y la optimización de los procesos comerciales.

MARKETING II

MKT 302 | 3 créditos

El marketing, en un nivel estratégico, está definido por las decisiones de posicionamiento, portafolio y desarrollo de productos y debe ser definido con rigurosidad. Una estrategia comercial debe especificar con precisión las estrategias de comunicación, innovación, canales de distribución, precio, administración de la fuerza de ventas y satisfacción del cliente.

El curso Marketing II se centra principalmente en los aspectos operativos del marketing. Se podrán integrar en el desarrollo del plan de marketing los conocimientos adquiridos en Marketing I (aspectos estratégicos) y Marketing II (aspectos operativos).

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE OPERACIONES

MGT 350 | 3 créditos

La gestión de operaciones se refiere a aquellas prácticas y metodologías que permiten a una firma planificar, administrar y controlar la transformación de insumos en bienes y servicios. En este curso abordaremos la gestión de operaciones de forma amplia, partiendo desde una mirada introspectiva en que analizaremos los procesos que ocurren dentro de la firma, y convergiendo a una mirada global que busca comprender la relación con otras firmas en el contexto de la cadena de suministros. Durante el curso analizaremos distintos conceptos, tales como: capacidad, productividad, stock, precio y demanda. Además, veremos cómo estos interactúan en determinar el éxito de una firma en sus procesos operacionales.

GESTIÓN Y PERSONAS

MGT 214 | 3 créditos

El curso pretende entregar conocimientos actualizados y prácticos, así como técnicas y herramientas necesarias en conjunto para comprender el rol de una gerencia de personas, así como la responsabilidad inherente a todo ejecutivo en relación a la gestión de ellas. Asimismo, lo anterior debe complementarse con el conocimiento de cómo otras áreas organizacionales impactan la gestión de sus personas, y cuáles son los actuales desafíos que enfrenta esta disciplina para que sea un activo agente de cambio e innovación en las organizaciones.

FUNDAMENTOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES

MGT 212 | 3 créditos

Personas y Organizaciones, clásicamente denominado “Comportamiento Organizacional”, es un campo de estudio que busca entender el modo en que la gente, en forma individual o grupal, se comporta en una organización y cómo dicho comportamiento afecta sus variables estructurales, tecnológicas y culturales (por nombrar algunas), afectando el desempeño de la misma.

TALLER DE GESTIÓN COMERCIAL

MGT 239 | 3 créditos

Entrega al alumno una mirada inicial a través de la cual se explorará de manera vivencial cómo las organizaciones chilenas trabajan la productividad comercial a través de la relación marketing y ventas como *driver* de productividad comercial y creación de valor.

TALLER DE INNOVACIÓN

MGT 237 | 3 créditos

Innovar es algo que se puede aprender, pero en el proceso se requiere que aprendamos a decidir temprano, rápido y barato.

SPANISH COURSES

EXPRESIÓN ESCRITA

LING 102 | 3 créditos

El curso pretende entregar las herramientas para alcanzar la habilidad de expresar eficazmente los pensamientos de forma escrita, teniendo como objetivos la claridad en la comunicación y el desarrollo con profundidad de las ideas.

EXPRESIÓN ORAL

LING 112 | 3 créditos

El curso corresponde a un taller de oratoria en el cual los estudiantes, mediante una ejercitación apropiada e intensiva, deben alcanzar el dominio de los contenidos lingüísticos, recursos y habilidades propias de la expresión oral, para la correcta y eficaz emisión de discursos de naturaleza argumentativa y persuasiva (presentación de proyectos, debates y discursos).

OIE COURSES SYLLABI

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

PRE-COLUMBIAN CULTURES

HIST 345 | 3 credits

DESCRIPTION

This course aims to know some aspects of the Latin American culture related to its cultural heritage. Through the study of Pre-Columbian civilizations, its worldviews and social patterns, this course aims to achieve in depth analysis on Latin American identity.

AIMS

1. Identify and assess the impact of some Pre-Columbian agricultural, cultural and political practices still present in modern Latin America.
2. Evaluate some major characteristics of Pre-Hispanic heritage.
3. List and explain some of the characteristics of the different Pre-Hispanic cultures.
4. Identify some of the main indigenous groups and their respective unique cultural and artistic characteristics.
5. Describe and evaluate the impact of cultural and linguistic features present in the region.

METHODOLOGY

1. Formal lectures which explain and interpret major themes in Mesoamerican history, culture and thought.
2. Class discussion on interpretive essays and major topics on Mesoamerican cultures, religious thought and expression.
3. Films and slide presentations which present examples of Latin American cultural and artistic expression.
4. Presentations by the students.
5. Field trips to local museums and cultural centers.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Cultural ecology.
2. Maya.
3. Aztecs.

SUBJECTS TO BE COVERED DURING THE SEMESTER

- Introduction to the major periods utilized in Latin American studies.
- Mesoamerican cultural areas and its principal characteristics.
- The origins of plant domestication, early cultigens and its impact in Mesoamerica.
- Mesoamerican first cultures: Olmecs, Toltecs and other groups.
- The Mayan culture and his influence over Mesoamerica.
- The development of the first Mesoamerican cities as cultural, economic and religious centers.

- The rise and the fall of the Aztec empire.
- The decadence of the Mesoamerican cultures and civilizations after the Spanish arrival.

EVALUATION

Evaluation will depend on reading tests, written essays and participation in debates as well as in discussions.

- 5 written exams, 50%
- 3 oral presentations, 25%
- Debates and participation, 10%
- Final paper, 15%

BIBLIOGRAPHY

- Evans, S. (2004). *Ancient Mexico and Central America*. London and New York: Thames and Hudson.

Pages required for the classes, according to the theme:

- Introduction, geography, environment (chapters. 1–2, pp. 16–61).
- Early hunting cultures (chapt. 2, pp. 62–70). Origins of agriculture (chapt. 3).
- Formative villages: the Olmec (chapters. 4–6). Classic Zapotec civilization (chapt. 7, also pp. 218–221, 240–243, 285–287, 374–375).
- Classic Teotihuacán (chapt. 8, pp. 205–212; chapt. 9, p. 260; chapt. 10 pp. 262–281).
- Classic Maya culture (chapt. 8, pp. 223–234; chapt. 9, pp. 235–239); chapters. 11–12).
- Early post classic: the Aztecs (chapters. 14–15). Late post classic (chapt. 16, pp. 428, 437–446; chapt. 17; look at the pictures in chapters. 18–20).

LATIN AMERICAN CULTURE AND IDENTITY

HIST 315 | 3 credits

DESCRIPTION

This course aims to know some aspects of the Latin American culture related to essential ideas. Among them, and based on bibliography according to the subject, we will try to solve the “Latin American issue” as a historical process. We will analyze some aspects such as origin of the term, historiographical conceptions, historical processes of cultural exchange that the continent has experienced, foreign perceptions about the subject and its historical interpretations, among others.

AIMS

1. To know some aspects about the historiographical debate related to the Latin American issue.
2. To be able to identify some of the most important historical problems in the formation of the Latin American culture (native civilizations, conquest, cultural mixture processes, contributions and problems, etc).
3. To understand and manage the main concepts and characteristics of American culture, known as a heterogenic reality. It is pretended that students will be able to distinguish the essential

from the supplementary about the discussed subject. For this, students will study what historiography, related to America, has developed in this field.

4. To establish the importance of cultural and artistic links among the different American areas and the outside world.
5. To understand which are the main interpretations of Latin American culture in Europe and the United States of America. Discussion and debate will be essential for this aspect.

METHODOLOGY

Seminar type classes. The professor will expose subjects and will deepen bibliographic aspects and historical interpretation. Discussion about texts and debates will follow. Participation of students will be essential.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Program presentation / general aspects.
2. Latin America: concepts and ideas related to the historical problem / debate.
3. Geographical segmentations / America? Latin America? Indoamerica? Historical issues related to the problem.
4. Chapter 1, "The idea of Latin America", Mignolo, Walter / debate.
5. America in history / beginning of the historical construction / discovery or encounter between civilizations / debate.
6. American civilizations before the arrival of the European civilization/ general aspects.
7. The construction of the new world / America as a European invention.
8. Documentary "South of the Border".
9. Conquest and colony / general approximations, geographical aspects.
10. Conquest methods / European conception, Native American civilizations reactions.
11. Political structures: cities, haciendas, plantations / historical projections.
12. First reading test / Cambridge history of Latin America.
13. Racial mixture process, first approximations / debate, ideas.
14. Social, racial and cultural Latin American segmentations. Latin American society. Examples.
15. Movie "The Mission" / debate considering the importance of Christian religion to the conformation of the new Latin American society.
16. Second reading test / Cambridge history of Latin America, articles.
17. Economic development in Latin America. Historical background and most important elements.
18. Independence movements. Historical projections into the Latin American contemporary reality.
19. Geographical, political and cultural problems related to the Latin American contemporary situation.
20. Contemporary issues / debates, discussions.
21. Latin American press analysis.
22. Summary.
23. Final paper oral presentations /debates.

EVALUATION

- 2 reading tests, each one representing 20%, total 40%
- 1 oral presentation, 15%
- Debates and participation, 10%
- Final paper, 25%

BIBLIOGRAPHY

- Arciniegas, G. (2004). *El continente de siete colores*. México D.F.: Editorial Taurus.
- Birlan, A. (1954). *Cultura y civilización*. Buenos Aires, Argentina. Editorial Americalee.
- Fitzgibbon, R. y Fernández J. (1981). *Latin America: political culture and development*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Gruzinski, S. (2007). *La colonización de lo imaginario. Sociedades indígenas y occidentalización en el México español. Siglos XVI-XVIII*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Gruzinski, S. y Bernard, C. (2005). *Historia del nuevo mundo*. Tomos I y II. México: Fondo de Cultura Económica.
- Horowitz, I., Irving, de Castro, J., and Gerassi, J. (1969). *Latin American radicalism: a documentary report on left and nationalist movements*. New York: Vintage Books.
- Lipschutz, A. (1967). *Problema racial en la conquista de América y el mestizaje*. Santiago de Chile: Editorial Andrés Bello.
- Lynch, J. (1967). *Administración colonial española 1782-1810: el sistema de intendencias en el virreinato del río de la plata*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Eudeba.
- Lucena Salmoral, M. *Breve historia de Latinoamérica. De la independencia de Haití 1804 a los caminos de la socialdemocracia*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Lynch, J. (1993). *Caudillos Hispanoamérica*. Madrid, España: Editorial Mapfre.
- Lynch, J. (2001). *América Latina, entre colonia y nación*. Barcelona, España: Editorial Crítica.
- Martí, J. (1970). *Nuestra América*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Mellafe Rojas, R. (1962). *Esclavitud en Hispanoamérica*, Buenos Aires, Argentina: Editorial Eudeba.
- Mignolo, W. (2005). *The idea of Latin America*. Massachusetts: Blackwell Publishing.
- Mörner, M. (1962). *Race mixture in the history of Latin America*. Boston: Little, Brown And Company.
- Mörner, M. (1969). *Mezcla de razas en la historia de América Latina*. Serie Biblioteca América Latina. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- O'Gorman, E. (2006). *La invención de América*. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
- Rojas Mix, M. (1991). *Cien nombres de América: eso que descubrió Colón*. San José, Costa Rica: Editado por la Universidad de Costa Rica.
- Rojas, Mix, M. (1992). *América imaginaria*. Barcelona, España: Editorial Lumen.
- Romero, J. L. (2001). *Latinoamérica: las ciudades y las ideas*. Santa Fe de Bogotá: Siglo XXI.
- Vann Woodward, C. (1968). *Comparative approach to American history*. New York: Basic Books.
- White, L. (1964). *Ciencia de la cultura: un estudio sobre el hombre y la civilización*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Zorrilla Concha, E. (1982). *Gestación de Latinoamérica: la posesión del mundo americano por los ibéricos*. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

LATIN AMERICA IN THE AGE OF GLOBALIZATION

LAS 325 | 3 credits

DESCRIPTION

This course intends to give the student a view of contemporary Latin America, balancing a perspective between its traditional political and social paradigms as well as proposing a set of approaches to the concept of globalization. This will be carried out by mixing both the concept of mestizo culture derived from its joint Spanish and local cultural origin as well as the contemporary perspectives and views of the phenomenon of globalization.

The course will start proposing a short perspective about Latin American contemporary history and particularly relating to its ideological paradigms of the cold war period. Then, it will revise the concepts and state of the art related to the debate about globalization as a cultural phenomenon. Finally, it will go into the different approaches and processes that have tainted the relation between Latin America and globalization since the late 1980s and the end of the cold war, providing special attention to the proactive approaches such as those espoused by Chile, Mexico and Peru, and the negative or pessimistic ones related to the Bolivarian and indigenes approaches as well as the prevalence of the Cuban revolutionary model and its impact in the antiglobal regional perspectives.

AIMS

The course intends to show which concepts, ideas and beliefs are behind some Latin American political projects in conflict.

1. The first objective to be achieved by the students is to understand globalization, some of the possible ideological approaches and how they manifest themselves in Latin America.
2. Secondly, the student must be able to value and judge them critically.

To achieve our objectives, the course is divided into three units:

1. The first one, which has a theoretical approach for understanding the basic concepts and the definition of globalization.
2. The second one, which is rather practical, because the historical development of some Latin American processes must be compared.
3. Finally, the third part: conclusions.

METHODOLOGY

The course contemplates both the use of the traditional class as a ways to provide the background information to the subject in coordination with specific reading of bibliography, to be complemented by source analysis and debate related to creating different perspectives about a subject which is far from consolidated on a specific consensus.

Good decision making is not possible without knowledge and information and it is a fundamental part of the political and economic life.

If statesmen, businessmen and consultants want to be good decision makers, they must learn concepts and adequate tools for understanding the world. The best way to reach this is combining theoretical and practical views to analyse situations.

The class will be conducted as a workshop and therefore requires the active participation of the students. This way, the students will have to read different thematic books, articles and other

texts which will be discussed critically and creatively during the classes. One part of the course will be led by the students, who will prepare presentations.

SCHEDULE OF TOPICS

Basic concepts for analyzing globalization (12 modules) Part 1

Review of some basic concepts: politics, power, relationship between politics and power, legitimacy, legitimacy and power, authority, economy, economic policy, diplomacy, security and defence, international system, international relations, international players, power factors, scale of power.

A world of ideas:

- Definition of ideas.
- Definition of ideology.
- Karl Marx's definition of ideology.
- Terry Eagleton list of definitions of ideology.
- Ideas and human behaviour.
- The cold war.
- The new players in today's international system.
- Some of the new conflicts in today's international system.
- What is globalization? Definition, context.

Activities

- Case studies nrs. 1 and 2: Diplomatic crisis between Colombia, Ecuador and Venezuela in 2008. Analysis in class of the country profile of Colombia, Ecuador and Venezuela.
- Analysis in class of the revolutionary armed forces of Colombia - People's Army (Documentary: Past, Present and Future of the FARC).
- Case study nr. 3: The Fall of the Berlin Wall. Movie: Goodbye Lenin. Analysis in class of the change of paradigms, their impact in human beliefs, and the acceleration of globalization. Essay nr. 3.

Ideas and projects in conflict in Latin America (20 modules) Part 2

1. Latin America in the age of globalization: ideas and projects in conflict.

- Context: definition of globalization
- Indicators of globalization.
- Analysis of those indicators in some countries in Latin America.
- Change of paradigms.
- A person's predisposition to change.
- The impact of politics and economy.
- Regional context.
- Democracy as a concept.
- Facts about democracy.
- Democracy in Latin America.
- Electoral democracy.
- Direct or "participative" democracy.
- Institutional democracy.
- Governance.
- Internal problems, regional challenge?

- Different perceptions in conflict?
 - Open societies and close societies of Karl Popper.
2. What future holds for Latin America?
- Case of Mexico and Central America.
 - Case of Venezuela.
 - Case of Ecuador.
 - Case of Bolivia.
 - Case of Perú.
 - Case of Brazil.
 - Case of Argentina.
 - Case of Chile.
 - Two visions.
 - Two main ideologies in Latin America.
 - Integration or fragmentation?
 - Conclusions of the students.

Activities

- Presentation nr. 1: Globalization as a phenomenon that can bring development to some countries but also can stall other countries that are underdevelopment (taking the example of countries in Latin America).
- Essay nr. 4: Regional Challenges.
- Presentation nr. 2: Ideas in conflict and integration in Latin America.
- Final project: Analysis of globalization in Latin America through a specific example.

EVALUATION

Grading for the course will be based on the following criteria:

- Tests, essays, reading and participation (40%)
- Presentations (25%)
- Final project: essay + presentation (35%)

BIBLIOGRAPHY

- Allard Neuman, R. (2009). *La globalización por dentro: Estado-Nación y los actores transnacionales*. Santiago de Chile: Editorial Catalonia.
- Benavente Urbina, A., & Cirino, J. A. (2005). *La democracia defraudada: populismo revolucionario en América Latina*. Buenos Aires: Grito Sagrado Editorial.
- Casas, J. C. (1991). *Nuevos políticos y nuevas políticas en América Latina*. Buenos Aires: Atlántida.
- Dalh, R. (1998). *On democracy*. New Haven and London: Yale University Press.
- Friedman, T. (1999). *The lexus and the olive tree: understanding globalization*. New York: Anchor Books.
- Friedman, T. (2005). *The world is flat: a brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Straus And Giroux.
- Galeano, e. (1984). *Las venas abiertas de América Latina*. Buenos Aires: Catalogos.
- Henriquez Cardoso, F. y Foxley, A. (2009). *A medio camino: nuevos desafíos de la democracia y del desarrollo de América Latina*. Santiago de Chile: Uqbar Editores.

- Huntington, S. (1991). *The third wave: democratization in the late twentieth century*. Oklahoma: University of Oklahoma Press.
- Lagos, R. (2008). *América Latina ¿integración o fragmentación?* Buenos Aires: Edhasa.
- MacClelland, J. (1996). *A history of western political thought*. London: Routledge.
- Schumpeter, J. (1943). *Capitalism, socialism & democracy*. London and New York: Routledge.
- Vargas Llosa, Á., Montaner, C. A. y Apuleyo Mendoza, P. (2007). *El regreso de idiota latinoamericano*. Buenos Aires: La Tercera Debate.
- Watson, P. (2006). *Ideas: historia intelectual de la humanidad*. Barcelona: Crítica.

CAPITALISM, SOCIALISM AND COMMUNISM IN LATIN AMERICA

LAS 350 | 3 credits

DESCRIPTION

Through historic texts, the course explores the promises and shortcomings of nation-building in Latin America; the increasing gap between the elites and the subaltern groups; the integration of the economy into the global system centered in Europe and the United States; urbanization and urban poverty; regional disparities and rural poverty; populism and popular culture; military dictatorship and repression; and contemporary prospects.

AIMS

This course aims for students to:

1. Understand the main social, political, economic and cultural issues of modern Latin America from a historical, social and political perspective.
2. Develop the skills to discuss events and processes of modern Latin America from an informed perspective concerning economic and political ideologies.
3. Have the opportunity to examine significant primary text in modern Latin America, and develop the skills to draw sound conclusions from various primary sources.
4. Develop critical thinking and the capability to understand the cultural richness of societies of emergent economies in Latin America.
5. Improve writing and oral skills by writing analytical essays and debates during the semester.

METHODOLOGY

1. Formal lectures.
2. Class discussion on interpretive essays and major topics on Latin American cultural and social phenomena.
3. Films, slide presentations and documentaries which present examples of Latin American cultural and social expression.
4. Oral presentations by the students.
5. Field research.

SCHEDULE OF TOPICS

- Introduction.

Key concepts: capitalism, communism, socialism, sustainable development.

- The colonial foundations 1492-1880.

The European context. Portuguese America: a different world? The Brazilian path to independence. The aftermath of independence 1830-1850. The pull of the international economy, 1850-1880.

- The transformation of modern Latin America 1880-2000.

Phase 1: initiation of export-import growth 1880-1900. Phase 2: expansion of export-import growth 1880-1900. Phase 3: importing-substituting industrialization 1930-1960. Phase 4: stagnation in import-substituting growth, 1960-1980. Phase 5: crisis, debt, and democracy, 1980-2000.

- Argentina, prosperity, deadlock, and change.

The struggle over nationhood. Overview economic growth and social change. Rhythms of popular culture. The political system: consensus and reform. The military stewardship. The failure of developmental reformism. The bureaucratic-authoritarian solution. Peronists back in power. The military returns. Transition to democracy.

- Chile socialism repression and democracy.

Economic growth and social change. Politics and parliament. From instability to popular front. The era of party politics. Socialism via democracy? The Pinochet regime. Re-democratization.

- Brazil: development for whom?

Dom Pedro I (1822-1831). Dom Pedro II (1840-1889). The end of empire. Overview: economic growth and social change. The first republic 1889-1930 Getulio Vargas and the Estado Novo. The second republic. Military rule. The quest for Afro-Brazilian identity. From liberalization to re-democratization. Brazil's first working-class president.

- Peru: Soldiers, Oligarchs and Indians.

The independence period. The guano age. Overview: economic growth and social change. Oligarchic rule. Leguía: the oncenio. The reformist critique. Flirting with alternatives. Economic liberalism and political vacillation. The military revolution. Struggles of civilian governments. Fujimori's illiberal democracy. Perils of politics.

- Colombia: discord, civility and violence.

Independence and its aftermath. Bolívar's gran Colombia and experiment failed. Forming political parties: liberals and conservatives. Rafael Núñez and the politics of regeneration. The loss of Panama. Overview: economic growth and social change. Conservatives, liberals and *convivencia*. Gaitán, reaction and *la violencia*. The national front. Seeking constitutional order.

- Mexico the taming of a revolution.

Reform, monarchy and the resorted republic. The Díaz era: progress at a price. The Mexican revolution. Institutionalizing the revolution. Stability, growth and rigidity. North American free trade: tequila crisis. Twilight of the technocrats? Dawn of a new era.

- Cuba: late colony, first socialist state.

Dubious independence. Politics: corruption and decay. Americanization in pre-revolutionary Cuba. Fidel Castro and the making of the revolution. Defining the revolution. Decade of experiment. Consolidating the regime. The struggle for survival.

- The Caribbean colonies and mini-states.

The colonial period conquest and competition. Overview: economic growth and social change. Haiti: slave republic. Voodoo dictatorship. The Dominican Republic: unfinished experiment. Panama: a nation and a zone. Costa Rica: the exceptional democracy. Nicaragua: from dynasty to

revolution. Honduras: the military in politics. El Salvador: from stability to insurgence. Guatemala: reaction and repression.

- What future for Latin America?

Dimensions of change: demography and economics. Looking ahead: political responses. Closing the socialist route. The prospects for development under capitalism. What will happen to the non-European cultures in Latin America. Latin American contribution to the world.

- The transformation of modern Latin America 1880-2000.

Latin America has undergone a series of far-reaching economic, social and political changes since the late nineteenth century. National economies have become integrated into the global system centred in Europe and the United States, social groupings and relationships have changed, cities have burgeoned, politics have witnessed reform and upheaval and sometimes stagnation.

EVALUATION

Evaluation will depend on reading tests, written essays and participation in debates as well as in-class discussions and questionnaires.

- Four written exams, 40%
- Three oral presentations, 20%
- Debates and participation, 10%
- Four written papers, 20%
- Ten questionnaires based on class lectures, 10%

BIBLIOGRAPHY

Text-book:

- Skidmore, T. and Smith, P. (2005). *Modern Latin America* (5th ed.). Oxford University Press: New York.

Complementary bibliography given in class by the professor:

- Enríquez, L. (1997). *Agrarian reform and class consciousness in Nicaragua*. Gainesville: University of Florida Press.
- Gonzales, M. (2002). *The Mexican revolution, 1910-1940*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Malloy, J. and Thorn, R. (1971). *Beyond the revolution: Bolivia since 1952*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Paige, J. (1989). *Agrarian revolution: social movements and export agriculture in the violence, 1750-1940*. Princeton: Princeton University Press.
- Parsa, M. (2000). *States, ideologies, and social revolutions: a comparative analysis of Iran, Nicaragua and the Philippines*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pérez, L. (1995). *Cuba: between reform and revolution*. Oxford: Oxford University Press.
- Pérez-Stabli, M. (1998). *The Cuban revolution: origins, course, and legacy*. Oxford: Oxford University Press.
- Rivera Cusicanqui, S. (1987). *Oppressed but not defeated: peasant struggles among the Aymara and Qhechwa in Bolivia, 1900-1980*. New York: United Nations.
- Roberts, P., Lafollette Araujo, K. and Bauer, P. (1978). *The capitalist revolution in Latin America*. New York: Free Press.

- Tutino, J. (1989). *From insurrection to revolution in Mexico: social bases of agrarian violence, 1750-1940*. New Jersey: Princeton University Press.
- Vanden, H. (1991). *Latin American Marxism: a bibliography*. New York: Garland Pub.
- Womack, J. (1970). *Emiliano Zapata and the Mexican revolution*. New York: Vintage.

LATIN AMERICA ON FILM

LAS 335 | 3 credits

DESCRIPTION

This course is focused on the portrayal of historical, cultural and socio-political issues in Latin America. It also incorporates strongly the representation of Latin American literature on films and Latin Americans search for their identity through their art. It helps to integrate a vision of themselves and their world. This course teaches a historical, cultural as well as a cinematic approach to Latin America. This is achieved through an analysis of its literature and cinema. The former element is important because a great part of the films develop from novels and novellas. The selected short stories and films express characteristics common to the entire subcontinent, with reference to cultural heritage, landscape, political environment, and artistic development. Through cinema, intercultural themes will be studied, considering that each Latin American country has developed a culture of its own. The approach will be multicultural including films made by artists from Argentina, Chile, Peru, Colombia, Cuba, Mexico and the United States in both English and/or Spanish.

The Spanish versions will be subtitled. An analysis of the contrasting views will be performed. In this way we can infer how we see ourselves and how we are viewed by the American culture.

AIMS

1. To develop the ability to watch a movie from a critical perspective.
1. To discover the filmmaker's particular view toward Latin America.
2. To analyse the cinematic language used by the filmmaker in order to convey his particular vision.
3. Being able to evaluate a movie from its theme and visual aesthetics.

METHODOLOGY

Seminar type classes. Along with watching the films, the professor will present certain themes present in them. He will seek also to generate a dialogue with the students and encourage them to keep a critical vision and to debate their ideas. The student's participation, therefore, is crucial.

CONTENTS

1. Latin America as a collective ideology. A middle earth, a hinge between the east and the west. A continent where the mythologies of the middle ages and renaissance ideals occur.
2. The kind of characters who germinate in a land like Latin America. A cultural richness that endures through folklore and popular culture.
3. Chile's search for identity through its cinema. The poet Nicanor Parra in his poem "Chile": "we believe we are a country, and truth be told we are just a landscape". How this idea is reflected in the eyes of Chilean filmmakers.

4. Latin America has worked as a white canvas for many filmmakers. Each of them has work upon an image, a voice, a specific mind set, found in its cultural diversity. A spectrum of stories.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Introduction and presentation of the course to the students. The creation of Latin America and how it is still a continent yet to be discovered. The Spanish conquest and its collective imagery.
2. Aguirre, The Wrath of God by Werner Herzog
3. Aguirre, The Wrath of God
4. A new approach to the concept of “Derrota”
5. Lope de Aguirre: the historical figure behind the legend
6. The Mission by Roland Joffé
7. The Mission
Delivery of essay 1
8. The word of god in the new world: the figures of the soldier and the priest
9. The society of Jesus and the Guarani war
10. Fitzcarraldo by Werner Herzog
11. Fitzcarraldo
Delivery of essay 2
12. Fitzcarraldo. “Civilization or death!”
13. The figure of the Rubber Baron, “The gentlemen of the jungle”: a tale of patriotism, civilization and blood
Oral presentation
Oral presentation
14. El Chacal de Nahueltoro by Miguel Littin
15. El Chacal de Nahueltoro
16. The trial of the “Jackal”: justice or vengeance?
17. The history of José del Carmen Valenzuela Torres: from murder to folk hero and saint
18. Valparaíso mi Amor by Aldo Francia
19. Valparaíso mi Amor
Delivery of essay 3
20. A Valparaíso by Joris Ivens. The romantic and artistic vision versus the poor and miserable reality
21. The new Chilean cinema: spreading awareness to the masses through motion pictures
22. Taxi para Tres by Orlando Lübbert
23. Taxi para Tres
Delivery of essay 4
24. Contemporary Chile: the struggle of the middle class
25. The casualties of the Chilean economic boom according to Lübbert
Oral presentation
Oral presentation
26. Araya by Margot Benacerraf
27. Araya. Discussion of the film
28. Accidente by Cao Guimarães and Pablo Lobato
29. Travelogue or the traveling experience through the lens of a camera

EVALUATION

- Essays, 25%
- 2 oral presentations (15% each), 30%
- Class participation and debates, 25%
- Final exam, 20%

BIBLIOGRAPHY

- Bordwell, D. and Thompson, K. (2001). *Film art: an introduction*. New York: Editorial McGraw-Hill.
- Cavallo, A. y Díaz, C. (2007). *Explotados y benditos: mito y desmitificación del cine chileno de los 60s*, Santiago de Chile: Editorial Uqbar.
- Elena, a. and Díaz López, M. (2003). *The cinema of Latin America*. London: Wallflower Press.
- Herzog, W. (2009). *Conquest of the useless: reflections from the making of Fitzcarraldo*. New York: Harper Collins Publishers.
- Martin, M. (1997). *New Latin American cinema*. Detroit, Michigan: Wayne State University Press.
- Martin, A. (2008). *¿qué es el cine moderno?* Santiago de Chile: Editorial Uqbar.
- Pizarro, A. (2009). *Amazonia: el río tiene voces*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.
- Rojas Farías, V. (2001). *Valparaíso, el mito y sus leyendas*. Santiago de Chile: Editorial Ril.
- Rosenbaum, J. (2007). *Guerras del cine: cómo Hollywood y los medios conspiran para limitar las películas que podemos ver*. Santiago de Chile: Editorial Uqbar.
- Vázquez, F. (2007). *El Dorado. Crónica de la expedición de Pedro de Ursúa y Lope de Aguirre*. Madrid: Editorial Alianza.

CONFLICTO SOCIAL EN LATINOAMÉRICA

LAS 357 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El curso pretende ofrecer a los alumnos los conocimientos suficientes para comprender los diversos vaivenes políticos, económicos, sociales, culturales e ideológicos que ha sufrido América latina durante los siglos XIX y XX. El curso inicia con el estudio de los antecedentes y causas de la independencia de los países americanos tras el proceso iniciado por los Estados Unidos. Luego de analizar los procesos políticos de las distintas naciones, se estudia en general y atendiendo a las particularidades los desarrollos institucionales, sociales y económicos que cada nación americana vive durante los siglos antes señalados. En definitiva, este curso permite comprender las diferencias políticas, económicas y culturales entre los países latinoamericanos a partir del proceso histórico que vive cada uno de ellos.

OBJETIVOS

1. Que el estudiante comprenda el proceso de evolución regional en el plano político interno a través de las diferentes modelaciones y estructuras, locales e importadas.

2. Mostrar el proceso de configuración de los estados de la región a través de la consolidación de las fronteras y el esquema/sistema de poder regional.
3. Que el estudiante conozca el proceso de desarrollo económico regional, a través de sus etapas y paradigmas.

CONTENIDOS

1. Situación de base pre independentista
 - a) Esquemas políticos de administración colonial de la región
 - b) Modelos económicos de estructuración de la región
 - c) Causas de la crisis independentista
2. El período de consolidación de los estados (1810-1890)
 - a) Modelos de independencia
 - b) Sistemas de organización social y política. Estilos y formas
 - c) Modelos económicos exportadores
 - d) El tema de las fronteras, los “conflictos internacionales”
 - e) El tema de los liderazgos y las potencias extra regionales
3. El período de los populismos (1890-1947)
 - a) Sistemas de organización política, la ruptura de los esquemas aristocráticos, surgimiento de los populismos
 - b) Sistemas económicos, las crisis del modelo exportador y los modelos ISI
 - c) Los gobiernos de clase media
 - d) Las prelações de poder regional y el ABC
4. El periodo de la guerra fría (1947-1990)
 - a) Los pactos de río y el alineamiento de la región con los EE.UU
 - b) Los sistemas económicos proteccionistas y sus resultados
 - c) La explosión demográfica y de participación
 - d) Los gobiernos militares
 - e) La revolución cubana
 - f) La guerrilla guevariana y el terrorismo de izquierda
5. La post guerra fría (1990 et seq.)
 - a) La década de las democracias liberales
 - b) Éxitos y fracasos de las economías liberales
 - c) Los neo populismos
 - d) La globalización, oportunidades y problemas

EVALUACIONES

- 3 ensayos (75%)
- Trabajos de clase, tareas, pruebas menores (25%)

BIBLIOGRAFÍA

- Vial, de Ramón y Silva. *Historia de América* (3 vols.). Editorial Universitaria, Santiago, varias eds.
- Lynch, John. *Revoluciones hispanoamericanas*. McGraw Hill /Crítica/ Akal, varias eds.
- Lynch, John. *Hispanoamérica, de colonia a nación*. McGraw Hill, Santiago, 2001.
- Bethell, Leslie (editor), *Enciclopedia de historia de América Latina* (22 vols.). Cambridge University Press, Cambridge, 2001.

ARTE E IDENTIDAD LATINOAMERICANA

LAS 309 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El curso propone el conocimiento general por parte del alumno de algunos rasgos de la identidad latinoamericana y chilena, a través de la historia del arte y de las mentalidades. Se busca entregar herramientas de valoración que permitan al alumno comprender las semejanzas y diferencias principales en la identidad cultural en Latinoamérica, desde la perspectiva artística y cultural.

CONTENIDOS

1. Temas y conceptos generales.

La temática transita en las principales manifestaciones artísticas de América y Chile prehispánico, para luego transitar en los rasgos culturales del periodo colonial y republicano, a fin de comprender cómo la fusión cultural forjó los rasgos de unidad y diferenciación en las diferentes culturas y naciones latinoamericanas.

La problemática se orienta a establecer los rasgos de diferenciación, proponiendo al alumno alternativas para que pueda profundizar en los rasgos y características, a través de aspectos cognitivos y valorativos referidos a Latinoamérica.

2. Líneas de discusión y bases teóricas.

La discusión se inicia con aspectos culturales del área en que residirá el alumno durante el semestre, es decir, Valparaíso y Viña del Mar, para tomarlo como un primer espacio de aproximación histórico. Por medio del reconocimiento de su historia, podremos comprender algunas de las principales características relacionadas con nuestra propia identidad nacional.

Luego, la discusión se traslada a México, Perú y otras áreas de América prehispánica, para conocer y comprender los rasgos de identidad autóctona, a partir del reconocimiento de pueblos como los Olmecas, Aztecas, Mayas, Paracas, Nazca, entre los más destacados para este análisis valorativo.

Finalmente, la propuesta nos trae al territorio nacional, para reconocer culturas destacadas como Arica, Atacama, Diaguitas, Mapuches, Fueguinos.

Esta propuesta incluye la visita a terreno, aprovechando la colección de culturas prehispánicas del área andina existente en el Museo Fonck de Viña del Mar.

OBJETIVOS

Generales:

1. Conocer y comprender algunos de los rasgos fundamentales que permiten valorar las manifestaciones artísticas y culturales de América y Chile prehispánico.
2. Analizar rasgos culturales de algunos de los pueblos prehispánicos de América y Chile.
3. Conocer y valorar algunas de las principales manifestaciones artísticas y culturales de Chile republicano.
4. Conceptualizar y aplicar el lenguaje español al análisis y comprensión de los periodos históricos y culturas que serán analizadas en el semestre.

Específicos:

1. Conocer los principales periodos históricos y estilos artísticos de las culturas prehispánicas de América y Chile.

2. Comprender el aporte de las culturas prehispánicas de América y Chile a las características culturales actuales.
3. Describir características importantes para algunas de las principales culturas de América y Chile prehispánico.
4. Utilizar y aplicar los conceptos históricos y artísticos con el rigor técnico que exigen estas áreas del conocimiento.
5. Defender y fundamentar planteamientos y análisis personales respecto a algunos de los procesos históricos y artísticos que analizaremos a través del semestre.

METODOLOGÍA

A través del semestre se aplicarán estrategias didácticas combinadas, que nacen de algunas clases expositivas, con participación y lluvia de ideas de los alumnos, talleres de análisis y observación de la obra de arte, que se relacionan con las imágenes que se presentarán en cada sesión. También se propondrá a los alumnos temas de análisis, para que puedan presentarlos en disertaciones grupales (2 por tema), como una forma metodológica de afianzar el manejo del idioma español y la presentación en público de sus planteamientos teóricos respecto a los rasgos de identidad en que ellos realicen su trabajo de conocimiento específico.

El curso comprende clases con PowerPoint y algunas con diapositivas.

CONTENIDO Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Presentación general del curso
2. Valparaíso I
3. Valparaíso II
4. Viña del mar I
5. Viña del mar II
6. Fundamentos artísticos en América prehispánica
7. Configuración de la mitología prehispánica
8. Creación artística en América central I
9. Curso en visita a terreno Santiago
10. Curso en visita a terreno Santiago
11. Creación artística en América Central II
12. Manifestaciones artísticas en área andina
13. Los Incas y el ejemplo de Machu Picchu
14. Arte prehispánico en Chile
15. Salida a terreno, museo arqueológico F. Fonck
16. La región norte de Chile: Arica
17. La región norte de Chile: Atacama y Diaguitas
18. La región sur de Chile: Mapuches y Fueguinos
19. Prueba I y II unidad temática
20. Arte virreinal en los siglos XVI y XVII
21. El barroco americano
22. Quito y sus expresiones barrocas
23. Chile colonial y expresiones artísticas destacadas
24. Las iglesias de Chiloé
25. Cultura tradicional en Chile I

26. Cultura tradicional en Chile II
27. Orígenes de la pintura chilena I
28. El romanticismo y sus influencias
29. Grandes maestros de fines del siglo XIX
30. Vanguardias del siglo XX
31. Certamen III y IV unidad temática
32. Examen

EVALUACIÓN

- Prueba 1 (20%)
- Prueba 2 (30%)
- 3 informes (30%)
- Disertación (20%)

BIBLIOGRAFÍA

Se informará oportunamente, clase a clase, una vez que exista una primera evaluación diagnóstica del manejo de idioma español que demuestren los alumnos.

CHILE: SU HISTORIA DURANTE EL SIGLO XX

HIS 328 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Este curso busca entregar al alumno extranjero herramientas de análisis y reflexión destinadas a permitirle comprender el desarrollo histórico de Chile entre la crisis y reformulación institucional de 1925 y el final del siglo XX, incluyendo el período de los gobiernos radicales, el proceso de las utopías excluyentes, el experimento marxista de la unidad popular, el gobierno militar y el proceso de transición y regularización política nacional.

Respecto a estos procesos el alumno deberá de ser capaz, al final del curso, de realizar sus propios juicios fundamentados y tener la posibilidad de profundizar sus estudios a través de las lecturas recomendadas.

OBJETIVOS

Generales:

1. Entregar al alumno extranjero una perspectiva coherente de la combinación de factores sociales, políticos y económicos que han dominado la evolución chilena durante el siglo XX, haciendo un fuerte énfasis en la dinámica de sinergia entre factores y procesos que normalmente se analizan por separado.

Específicos:

1. Que el alumno comprenda la historia descriptiva del período a tratar.
2. Que el alumno comprenda las implicancias ideológicas de los procesos estudiados desde una perspectiva extranjera.
3. Que el alumno sea capaz de establecer juicios evaluativos acerca de los procesos políticos y sociales vividos en el período y llegar a una opinión personal fundamentada.

4. Que el alumno sea capaz de comprender las implicancias de este período para con el desarrollo futuro de Chile.

METODOLOGÍA

1. Se utilizarán clases que combinen la exposición del profesor con el debate sobre temas, tópicos o fuentes que sirvan para ilustrar el período.
2. De acuerdo a las posibilidades materiales y de la coyuntura, se prepararán salidas a terreno que incluyan visitas a lugares o circunstancias que permitan una mejor comprensión del tema estudiado.

CONTENIDOS

1. Antecedentes políticos, sociales y económicos
 - a) La situación política, la llamada república parlamentaria.
 - b) La situación social.
 - c) La situación económica, el apogeo de la economía salitrera.
2. La crisis institucional de 1925 a 1933
 - a) Agotamiento político institucional.
 - b) Causas económicas; la crisis de 1929 y el colapso del modelo mono exportador.
 - c) Reconstrucción institucional, la constitución de 1925 y Arturo Alessandri.
 - d) Carlos Ibáñez y el modelo caudillar.
3. Los gobiernos radicales
 - a) La clase media en el gobierno. Sentido, alcance y limitaciones de los gobiernos radicales.
 - b) Estabilización de la crisis económica y los modelos de desarrollo a través de la industrialización por sustitución de importaciones.
 - c) Agotamiento y colapso.
4. Los gobiernos de utopías excluyentes
 - a) El segundo gobierno de Arturo Alessandri.
 - b) El retorno de Carlos Ibáñez. El general de la esperanza.
 - c) El gobierno de Jorge Alessandri R., una alternativa tecnocrática.
 - d) La revolución en libertad.
5. La unidad popular y el gobierno militar
 - a) Situación de base y triunfo de la propuesta marxista en las urnas.
 - b) Gobierno de la unidad popular y el colapso de la institucionalidad de 1925.
 - c) El 11 de septiembre de 1973 y la primera etapa del gobierno militar.
 - d) La etapa reformista del gobierno militar y la reorientación liberal exportadora del sistema económico.
6. Retorno a los regímenes de normalidad política
 - a) El plebiscito de 1988 y las elecciones de 1989.
 - b) El retorno a un régimen de normalidad política en el marco de la institucionalidad de la constitución de 1980.
 - c) Opciones económicas durante el período.
 - d) Perspectivas.

EVALUACIÓN

- Control de lectura 1 (35%)
- Control de lectura 2 (35%)
- Trabajos (30%)

BIBLIOGRAFÍA

- Collier, S. y Sater, W. *Historia de Chile, 1810-1994*. Cambridge University Press, Cambridge, 1998.
- Gazmuri, Aylwin. *Chile en el siglo xx*. Editorial Planeta, Santiago. Varias ediciones.
- Vial, Gonzalo. *Historia de Chile entre 1891 y 1973*. Ediciones Universidad Católica de Chile, Santiago. Varias ediciones.
- Silva, O. *Historia de Chile*, Editorial Universitaria, Santiago. Varias ediciones.
- Valenzuela, Arturo. *El quiebre de la democracia en Chile*. Varias ediciones.
- Whelan, James. *Desde las cenizas*. Editorial Zigzag, Santiago, 2ª edición.
- Moulián, Tomás. *Chile: anatomía de un mito*. Editorial LOM, Santiago, 2001.

BUSINESS IN LATIN AMERICA

ECONOMIC DEVELOPMENT IN LATIN AMERICA: MILESTONES AND CRISIS

HIST 335 | 3 credits

DESCRIPTION

This course is designed to give its students detailed knowledge of Latin American economic models and political process through the study of its economic development, milestones, crises and political current events. It will address how Latin America came to be in its current circumstances and how this process can be interpreted and understood today. For this, we shall take a general view of the Latin American economic development process and the study of the political situation in order to understand the Latin American context.

Students are expected to develop a thorough knowledge of key historical issues, trends and events, as well as key concepts and theories of economic history; and to develop analytical skills for the study of Latin American history.

Students will be confronted with documents for the study of Latin American history that shall be analyzed individually and in groups; conclusions shall be discussed with the rest of the class.

AIMS

At the end of this course the students should be able to:

1. Identify and understand the most important processes of Latin America's history through the study of its economic history.
2. Identify and understand the most important economic processes -milestones and crises- of Latin America's history.
3. Develop analytic criticism of the main historical processes of Latin America.

4. Find and discriminate primary sources for the study of Latin American history; students should analyze primary sources within its historical context.
5. Make presentations on selected texts: describe, analyze and present orally to the rest of the class.
6. The student should be able to analyze the actual context of Latin America through study of its economic process.

METHODOLOGY

Combination of lectures, student's expositions and class discussions. Students will have to read selected lectures weekly that shall be presented and discussed in the class. A syllabus shall be presented to the students during the first month of class.

Also the students will have to prepare discussion sessions about the current events of the region. Here they will have to discuss and analyze the Latin American context through different subjects and relate them with the topics learned in the lectures.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Course introduction. Explanation of the basic aspects from the course, assessments, evaluation dates, topics and recommendations.
2. What do you know about Latin America?
Concepts and notions about Latin America.
3. Mercantilism and the commercial trade in Latin America.
Main commercial's core in the 16th – 18th centuries.
4. How was the exploitation of minerals?
Film analysis: Subterra. The situation of the workers in a coal mine.
5. The economic development in Latin America after the independence movements.
The different realities in the new nations.
Bethell, Leslie, *The Cambridge History of Latin America*, vol. 3 "From independence to 1870", part 3 chapter 8: Economy and society in post-independence Spanish America, New York: Cambridge University Press, 1995.
6. The influence of the industrial revolution in Latin America.
7. Capitalism in Latin America. 1870 – 1914.
8. Export markets and national markets.
Bethell, Leslie, *The Cambridge History of Latin America*, vol. 4 "C.1870 to 1930", chapter 1: Latin America in the international economy, 1870 – 1914, New York: Cambridge University Press, 1995.
9. Export markets and national markets.
10. The effects of World War I in Latin America economy.
Bethell, Leslie, *The Cambridge History of Latin America*, vol. 4 "C.1870 to 1930", chapter 2: Latin America in the international economy from the First World War to the world depression, pp. 57 – 81. New York: Cambridge University Press, 1995.
11. The changes in the commercial structure.
12. Rural Latin America and the capitalism.
Bethell, Leslie, *The Cambridge History of Latin America*, vol. 4 "c.1870 to 1930", chapter 5: Rural Spanish America, 1870 – 1930, pp. 161-186, New York: Cambridge University Press, 1995.

13. Rural Latin America and the capitalism. Oppositions and organizations.
14. The effects of the world depression in Latin America.
Bulmer-Thomas, Victor, Coatsworth, John H., Condes Cortés, Roberto, *Cambridge Economic History of Latin America*, vol. 2: The long twentieth century, part 1, chapter 3: The external context, Cambridge University Press, 2008.
15. The changes in the economic model.
Exports to ISI.
16. World War II and its effect in Latin America.
Bulmer-Thomas, Victor. *The economic history of Latin America since independence*, chapter 10: New trade strategies and debt-led growth, New York: Cambridge Univ. Press, 1994
17. World War II and its effect in Latin America.
18. Latin America in the cold war system.
19. Latin America economy and its relationship with the world economy.
1950s
Bulmer-Thomas, Victor. *The economic history of Latin America since independence*, chapter 9: Inward-looking development in the post war period, New York: Cambridge Univ. Press, 1994.
20. Latin America economy and its relationship with the world economy.
1960 – 1973
21. Latin America economy and its relationship with the world economy.
1973 – 1981
22. The decade of 1980.
23. The integration of Latin America's economy.
24. Globalization and the new economic model.
Bulmer-Thomas, Victor, Coatsworth, John H., Condes Cortés, Roberto, *The Cambridge History of Latin America vol 2: The long twentieth century, part 1, chapter 4: "Globalization and the new economic model in Latin America"*, Cambridge University Press, 2008.
25. Globalization and the new economic model.
26. Why Latin America does not progress toward development? Course closure.
27. Exam.

EVALUATION

- 1 test, 30%
- 1 essay of 6 to 8 pages, 30%
- Presentation of a case study (final examination), 25%
- Participation in class, 15%

BIBLIOGRAPHY

This books are strongly recommended to understand deeper the processes in the development of the Latin America economy.

- Bethell, L. (1995). *The Cambridge History of Latin America. Vol. 3 "From independence to 1987"*, New York: Cambridge University Press.
- Bethell, L. (1995). *The Cambridge History of Latin America, vol. 4 "1870 - 1930", chapter 1: "Latin America and the international economy"*, New York: Cambridge University Press.
- Bethell, L. (1995). *The Cambridge History of Latin America, vol. 6 "Since 1930. Economy, society and politics", part 2: "Economy"*. New York: Cambridge University Press.

- Collier, S. and Sater, W. (1996). *A history of Chile, 1808-1994*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bulmer-Thomas, V., Coatsworth, J. And Condes Cortés, R. (2008). *Cambridge economic history of Latin America, vol. 1: The colonial era and the short nineteenth century*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bulmer-Thomas, V. (1994). *The economic history of Latin America since independence*. New York: Cambridge Univ. Press.

MARKETING TRENDS AND STRATEGIES IN LATIN AMERICA

MKT 335 | 3 credits

DESCRIPTION

Marketing is part of modern life as we are continuously exposed to products, services, advertising, media messages, personal sales approaches. However there is not a clear understanding of what marketing means.

The basic idea behind marketing is that companies can survive and growth by satisfying the needs of the consumers. But in continuously changing markets this is not an easy challenge to achieve. The environment is increasingly complex, there are strong cultural changes, technology evolves at amazing rates, within other economic and political decisions that impact directly the business environment.

The understanding of these changes and the marketing process allows companies to define the adequate strategies to achieve the everyday battle of the consume budget and develop profitable businesses with long term sustainability.

AIMS

At the end of the course the students will be able to:

1. Understand the importance of marketing in the business environment.
2. Understand the concept of marketing environment and its application in L.A.
3. Asses the importance of understanding the process of market research and consumer behavior for developing company strategies.
4. Understand the meaning of the concepts market segmentation, targeting & positioning.
5. Understand the concept of marketing mix (4p: product, price, promotion & place).
6. Understand the concept of business intelligence related in marketing environment (case studies).
7. Understand how the process of the data mining and impact company strategies in L.A.

METHODOLOGY

During each class there will be an introduction to the basic concepts of marketing & strategies according to the schedule detailed below and the discussion of practical applications through cases analysis and student presentations. For each class students will be required to read relevant material in advance. The course will also include a field trip within the region for a better view of some business areas.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Introduction to the course, methodology, motivation
2. The marketing concept
3. External analysis: the macro environment
4. Internal analysis: the micro environment
5. Group presentations of L.A. countries
6. Introduction of market research concept
7. Introduction of buyer behavior concept
8. Introduction to segmentation, targeting and positioning terms
9. Marketing strategy and competitive advantage
10. Field trip – retailing business
11. The marketing mix concept: product policy
12. The marketing mix concept: promotional plan
13. The marketing mix concept: distribution channels
14. The marketing mix concept: pricing policy
15. Business intelligence and marketing
16. Business intelligence concepts and cases
17. Case studies by country Chile
18. Case studies by country Argentina
19. Case studies by country Peru
20. Case studies by country Brazil
21. Case studies by country Mexico
22. Final presentations of groups
23. Final written exam

EVALUATION

- First group presentation (3 or 4 people), 15%
- First theory test, 20%
- Second theory test, 20%
- Final group presentation (3 or 4 people), 15%
- Final theory exam, 30%

BIBLIOGRAPHY

- Bianchi, C. (2006). *Case study: home depot in Chile. Journal of business research*, 59(3), 391-393.
- Blythe, J. (2009). *Key concepts in marketing*. Los Angeles, CA; London: Sage.
- Clow, K. y Baack, d. (2012). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. Boston: Prentice Hall.
- Davis, S. (1969). *US versus Latin America: business & culture*. Harvard Business Review, 47, 88-99.
- Gabbott, M. (ed.). (2004). *Introduction to marketing: a value exchange approach*. Frenchs Forest, NSW: Prentice Hall.
- Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, c. (2012). *Essentials of marketing* (7ma ed.). Ohio: South-Western Cengage Learning.

- Luck, D. (2010). *Assessing the marketing environment*. Burlington: Elsevier Science.
- Spiller, L. y Baier, M. (2010). *Contemporary direct & interactive marketing*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Stokes, d. (2002). *Marketing*. New York; London: Continuum.

INTERNATIONAL BUSINESS: DOING BUSINESS IN LATIN AMERICA

MGT 335 | 3 credits

DESCRIPTION

In the globalization era investors around the world are looking for new markets to invest. Latin America appears as an attractive region for business. According to Goldman Sachs' Bric review of emerging economies, by 2050 the largest economies in the world will be as follows: China, United States, India, Brazil, and Mexico. In addition in 2010 Latin America integrated five nations classified as high-income countries: Argentina, Chile, Uruguay, Mexico and Panama.

Today countries in Latin America such as Brazil show stability and growth allowing it to become an increasingly influential player in world affairs. Others like Chile are considered for many foreign investors as a gateway for Asia to enter the South American region because is close and it is political-economic secure. Also the region attach a close business relationship with USA because its proximity.

All these facts make it essential that business people learn about doing business in Latin America. This course will focus in Latin America. Students will learn about socio-cultural issues, economic and political-legal environment, together with strategic considerations when doing business in Latin American countries. Learning approach will be base in cases of study as well as lectures.

AIMS

At the end of the course the students will be able to:

1. Understand the business environment in L.A.
2. Understand the cases of study of business in L.A. and its application.
3. Asses the importance of social-cultural issues in doing business in the region.
4. Understand the political-economic policies of most important markets in L.A.
5. Understand the international agreements such as free trade & the relevance of the economic alliance such as Mercosur.
6. Understand the major industries in L.A. Particularly in Chile & Brazil.
7. Understand the business opportunities & strategies for doing business in L.A.

METHODOLOGY

During each class there will be a review of doing business in L.A. according to the schedule detailed below and the discussion of practical applications through cases analysis and student presentations. For each class students will be required to read relevant material in advance. The course will also include a field trip within the region for a better view of some business areas.

SCHEDULE OF TOPICS

1. Introduction to the course, methodology, motivation
2. Political-economic overview of the region

3. Introduction of business system in Latin America
4. The culture & business in Latin America
5. Group presentations of Latin American countries: socioeconomic review of 3 relevant markets: Chile, Brazil, Mexico
6. Role of business in Latin America: living and working conditions
7. Leadership in Latin America: major industries and economies
8. Management in Chile
9. Management in Brazil
10. Field trip – business districts in Santiago
11. The free trade agreement developed by Chile
12. International alliances in the region
13. International bridges: mining, airlines, retailing, services
14. Development, infrastructure and business platforms in Latin America
15. Brazil's rising economy
16. Governance in Latin America
17. Group presentations: Argentina, Peru, Colombia, Ecuador & Venezuela
18. Group presentations: Central America & Caribe
19. Technology in Latin America
20. Social responsibility and sustainable development in Latin America
21. Opportunities, competitive advantages & strategies in Latin America
22. Final written exam

EVALUATION

- 15% first group presentation (3 or 4 people)
- 20% first test
- 20% second test
- 15% final group presentation (3 or 4 people)
- 30% final exam

BIBLIOGRAPHY

- Doing business in the new Latin America: keys to profit in America's next-door markets, second edition. Becker, Thomas H., Santa Barbara: ABC-CLIO, 2010.
- Latin American business cultures. Edited by Robert Crane, Carlos Rizowy. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010.
- Doing business in emerging markets: entry and negotiation strategies. S. Tamer Cavusgil, Pervez N. Ghauri, Milind R. Agarwal, Thousand Oaks: Sage Publications, c2002.
- Cracking Latin America: a country-by-country guide to doing business in the world's newest emerging markets / Allyn Enderlyn, Oliver C. Dziggel. Chicago: Probus, c1994.
- Development connections unveiling the impact of new information technologies. Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2011.
- The United Nations in Latin America: aiding development. Adams, Francis.
- Asia-Pacific economic cooperation. www.apec.org.
- Cepal - Comisión económica para América Latina y el Caribe. www.eclac.org.

- Chile's free trade agreements: How big is the deal? Central Bank of Chile. Working Paper, 2004. www.bcentral.cl.
- OECD en América Latina. www.oecd.org.
- Organization of American States. www.oas.org.
- Ministry of Economy of Chile. www.economia.cl.
- Inter- American Development Bank. www.iadb.org.
- U.S. versus Latin America: business & culture, Stanley M. Davis, Harvard Business Review 2000.
- How do retailers from emerging markets internationalize? The case of Chilean retailers. Bianchi, Constanza (2009) in: Ams/Acra 2009. Conference, September 30 - October 04, 2009, New Orleans, USA.
- Getting to know the neighbours: groups in Mexico. John Sargent. Business Horizons, 2001.
- Lessons learned from unsuccessful internationalization attempts: examples of multinational retailers in Chile. Constanza C. Bianchit, Enrique Ostale, Journal of Business Research 2006.

STRATEGIC LEADERSHIP

PLE 320 | 3 credits

DESCRIPTION

The world is in constant change, and as each year goes by these changes occur faster and are becoming more complex. Today it is not sufficient to have a wealth of knowledge regarding ones business area, we must know how to use this information to move people inside an organization toward a more efficient and comfortable work environment. Leading can be dangerous. Even though it may seem romantic and attractive to think of leadership as inspirations, decisive actions and powerful rewards, leading requires taking risks that can put in danger a person's professional and personal development. It demands putting oneself on the line edge, challenging the status quo and working with hidden conflicts. And when people resist and fire back, the temptation is there to withdraw and return to a safer place. Those who opt for leading take on the risks, and sometimes get hurt. That is why the exercise of leadership must be seen as something strategic that, despite the resistance and danger that comes with it, allows those who assume it to fulfill the bigger goal of producing the required changes in the organization.

Taking a prescriptive and practical approach, the course covers three main issues: a) evolution and adaptation b) daring to be a responsible efficient leader and 3) who am i as a leader, strengths and weakness.

AIMS

Using different learning methodologies, this module aims at:

1. Teaching a model of what exercising leadership in a strategic way means, within a social or organizational system.
2. Mobilizing students to not only understand the model theoretically, but to assimilate it through case analysis and the practice of its elements.
3. Exposing students to an interdisciplinary work that allows them to understand reality from a different perspective from those that were learned in their own profession and experience.

4. Empowering students in the use of leadership abilities, allowing them to challenge themselves in a real environment.

During this module, students will learn to:

1. Identify opportunities and problems that demand leadership, inside and outside the organization.
2. Think systemically and act strategically to produce effective changes in an organization or in its environment.
3. Find the internal barriers that limit the personal leadership potential.
4. Focus attention in the adaptive elements of a problem more than in its technical aspects.
5. Make diagnosis of reality and use leadership theories, strategies, dynamics and tactics to intervene in an effective way in social and organizational systems.

METHODOLOGY

The course is designed to enable students to learn by a variety of means: lectures, case analyses, readings and experience. A very distinctive characteristic of this course is that students analyze the dynamics common to many social systems facing adaptive work by analyzing the dynamics of the class itself as a case-in-point.

In this line, the participation of people coming from different backgrounds and experiences is highly valued. To take the most out of this strength, the course is structured under the idea of active learning, that is, a permanent interaction among participants, where the professor becomes a facilitator of the process.

SCHEDULE OF TOPICS

1. What is leadership about?
 - Facing expectations.
 - Understanding what leadership is.
 - Different ways that the word “leadership” is used.
 - Course description and rules.Readings:
 - Heifetz, Ronald and Laurie, Donald, “The work of leadership”, Harvard Business Review, 2001.
 - Gill, Roger, “Leadership development in MBA Programmes”, Business Leadership Review, July 2004.
2. Technical and adaptive problems.
 - Different problems one must face.
 - The process that is change.
3. Adaptive and technical challenges.
 - Resistance to learn.
 - Adaptive and technical problems.
 - Work avoidance.
4. Diagnosing a social system.
 - What needs to be looked at in a social system?
 - Assumptions.
 - Roles.

- Group process.
- Readings:
- Kegan, Robert and Lahey, Lisa, “How the way we talk can change the way we work?” Chap. 1: What do you really want and what will you do to keep from getting it? Pp. 1-10.
5. Personal leadership skills.
 6. Resistance to change.
 - Fear of the unknown.
 - Morning what was.
 7. The value of a conflict.
 - Leadership values.
 - The value of tension.
 8. Authority and leadership.
 - Formal and informal authority.
 - Expectations on authority.
 - Charismatic authority and dependence.
 - Exercising leadership without authority.

Readings:

 - Linsky, Marty, “Why CEOs don’t always lead? 2004.
 9. Personal leadership cases presentation.
 10. Intervention strategies.
 - Conflict as a transforming agent.
 - The importance of a holding environment.
 - Boundaries.
 - Pacing the work.
 - Forms of intervention.

Readings:

 - Heifetz, Ronald and Linsky, Marty, “Leadership on the line“. Pages 135-139.
 11. Authority: formal and informal.
 - Different kinds of authority.
 - Expectations regarding each.
 12. Personal leadership case presentations.
 13. Moving beyond the past.
 - Why exercising leadership?
 - The importance of self-containing.
 - And now what?

Readings:

 - Steve Jobs’s speech at University of Stanford’s commencement, June 2005.
 14. Progress and avoidance.
 - Cohesion and progress.
 - Adaptive avoidance mechanisms.
 - Comforting environment.
 15. The risks involved in leading.
 - Daring to.
 - The need for strategic actions.

16. Personal leadership cases presentation.
17. Observation.
 - Components of a social system.
 - System analysis as a leadership tool.
18. Interpretation.
 - Recognizing a challenge.
 - Allies, opposition and neutrals.
19. Looking back.
 - Overview of the process.
 - Final essay q and a.

EVALUATION

- Class participation, 20%
- Quizzes, 20%
- Leadership case presented in class, 20%
- Final essay, 40%

Class participation: it is based upon both an individual's effort and the quality of one's leadership in the class, and not the quantity or volume of comments. The key consideration is how much and how well each student mobilized learning for fellow students in the class. This grade consists in 50% that is defined by the teacher and the other 50% is a personal evaluation.

Quizzes: there will be total of 5 quizzes during the semester and will be in reference to the complementary reading material given for each class.

Leadership case presented in class: each student must present a personal leadership case to the class for discussion. The purpose of this presentation is to help develop critical thinking regarding one's own leadership skills and be able to look for new solutions to problems that were faced.

Final essay: based on the personal leadership case presented, the discussion in class and the material read each student must present a final essay where he explains his personal experience, recognized his strengths and weakness in that leadership opportunity and understand the underlining premises that led him to make those decisions. This essay must conclude with a hypothetical "new ending" for the situation if another leadership strategy had been used.

An attendance to 75% of the classes is necessary to approve the course.

BIBLIOGRAPHY

- Gill, R. (2004). *Leadership development in MBA Programmes. Business Leadership Review I:II.*
- Heifetz, R. and Laurie, D. (2001). *The work of leadership. Harvard Business Review, 79 (11), 131-141.*
- Heifetz, R. and Linsky, M. (2002). *Leadership on the line: staying alive through the dangers of leading.* Boston: Harvard Business School Press.
- Jobs, S. (June 2005). Speech at University of Stanford's commencement. Stanford, US.
- Kegan, R. and Lahey, L. (2001). *How the way we talk can change the way we work? Seven languages for transformation.* San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Linsky, M. (2004). *Why CEOs don't always lead? Or why CEOs don't exercise leadership more often.* Cambridge Leadership Associates.

SPANISH COURSES

ESPAÑOL BÁSICO: GRAMÁTICA

SPAN 121 | 4 créditos

DESCRIPCIÓN

Este curso se basa en la enseñanza del español a través de un enfoque gramatical. Mediante diferentes técnicas de enseñanza los estudiantes serán capaces de incrementar sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir a un nivel inicia a1 a2 del MCRE (marco común de referencia europea), como también aprender sobre la geografía, historia y cultura de los países hispanohablante.

OBJETIVOS

1. Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de la información.
2. Expresarse en forma escrita a través de oraciones y párrafos simples.
3. Leer textos breves y sencillos.
4. Comprender frases y vocabulario habitual relacionado con los propios intereses, gustos y preferencias.
5. Identificar y explicar costumbres propias del mundo hispanoamericano.

METODOLOGÍA

1. Trabajos con el profesor, en grupos y en parejas haciendo diálogos, entrevistas, juegos de roles, otros
2. Clases expositivas del profesor.
3. Presentaciones formales (descripciones de familias, ciudad, biografías, etc)
4. Lectura de textos (cartas, artículos, cuentos, leyendas, artículos, etc)
5. Composiciones simples (cartas, correos electrónicos, historias, biografías, otros)
6. Material audiovisual (canciones, videos, películas, imágenes, PowerPoint, etc)

CONTENIDOS

1. Uso de las conjugaciones de los verbos en presente de indicativo.
2. Uso de los verbos ser, estar, haber.
3. Adjetivos calificativos.
4. Preposiciones.
5. Verbos: gustar, encantar, preferir, querer e interesar.
6. Verbos reflexivos.
7. Pretérito indefinido e imperfecto.
8. Futuro.
9. Complemento directo e indirecto.

EVALUACIÓN

- Pruebas escritas, 30%
- Presentaciones orales 40%
- Examen final 30%

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, R., Castañeda, A., Martínez, P., Miquel, L., Ortega, J. y Ruiz, J. (2005). *Gramática básica del estudiante español*. Madrid: Editorial Difusión.
- Aguirre Martínez, M. (Coord.). (2011). *El mundo en español. Lecturas de cultura y civilización. (nivel a2)*. Madrid: Habla con Ñ.
- Bregstein, B. (2006). *Easy Spanish step-by-step*. New York, McGraw-Hill.
- De la Torre, C., García-Serrano, M. y Grant Cash, A. (2005). *¡A que sí!* Boston: Thomson Heinle.
- Diario El Mercurio [online].
- Equipo Prisma (2003). *Prisma Progresa, b1*. Madrid: Edinumen.
- Página del profesor de español como lengua extranjera. (2011). www.todoele.net
- Portal sobre Chile (2011). www.chile.com
- Ríos, A. (2002). *Usos de ser y estar. Textos y explotación didáctica*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Sánchez, A., Ríos, M. y Domínguez, J. (1974). *Español en directo. Nivel a1*. Madrid: SGEL.
- Turk, P. y Zollo, M. (1995). *Nueva gramática comunicativa*. Lincolnwood: National Textbook Company.

ESPAÑOL BÁSICO: COMUNICACIÓN

SPAN 111 | 4 créditos

DESCRIPCIÓN

Este curso se basa en la enseñanza del español a través de un enfoque comunicacional. Mediante diferentes técnicas de enseñanza los estudiantes serán capaces de incrementar sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir a un nivel inicia a1 a2 del MCRE (marco común de referencia europea), como también aprender sobre la geografía, historia y cultura de los países hispanohablante.

OBJETIVOS

1. Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de la información.
2. Expresarse en forma escrita a través de oraciones y párrafos simples.
3. Leer textos breves y sencillos.
4. Comprender frases y vocabulario habitual relacionado con los propios intereses, gustos y preferencias.
5. Identificar y explicar costumbres propias del mundo hispanoamericano.

METODOLOGÍA

1. Trabajos con el profesor, en grupos y en parejas haciendo diálogos, entrevistas, juegos de roles, otros
2. Clases expositivas del profesor
3. Presentaciones formales (descripciones de familias, ciudad, biografías, etc)
4. Lectura de textos (cartas, artículos, cuentos, leyendas, artículos, etc)
5. Composiciones simples (cartas, correos electrónicos, historias, biografías, otros)
6. Material audiovisual (canciones, videos, películas, imágenes, PowerPoint, etc)

CONTENIDOS COMUNICACIONALES

1. Descripciones físicas y de personalidad
2. La ciudad y su entorno.
3. Las actividades de tiempo libre
4. La familia
5. La comida
6. Expresar gusto, desagrado e indiferencia.
7. Biografías
8. Mitos y leyendas de la cultura popular

EVALUACIÓN

- Pruebas escritas 30%
- Presentaciones orales 40%
- Examen final 30%

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, R., Castañeda, A., Martínez, P., Miquel, L., Ortega, J. y Ruiz, J. (2005). *Gramática básica del estudiante español*. Madrid: Editorial Difusión.
- Aguirre Martínez, M. (Coord.). (2011). *El mundo en español. Lecturas de cultura y civilización. (nivel a2)*. Madrid: Habla con Ñ.
- Bregstein, B. (2006). *Easy Spanish step-by-step*. New York, McGraw-Hill.
- De la Torre, C., García-Serrano, M. y Grant Cash, A. (2005). *¡A que sí!* Boston: Thomson Heinle.
- Diario El Mercurio [online].
- Equipo Prisma (2003). *Prisma Progresiva, b1*. Madrid: Edinumen.
- Página del profesor de español como lengua extranjera. (2011). www.todoele.net
- Portal sobre Chile (2011). www.chile.com
- Ríos, A. (2002). *Usos de ser y estar. Textos y explotación didáctica*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Sánchez, A., Ríos, M. y Domínguez, J. (1974). *Español en directo. Nivel a1*. Madrid: SGEL.
- Turk, P. y Zollo, M. (1995). *Nueva gramática comunicativa*. Lincolnwood: National Textbook Company.

ESPAÑOL INTERMEDIO: GRAMÁTICA

SPAN 221 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Los estudiantes en este curso incrementarán sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir en español tanto en complejidad en las estructuras gramaticales como en la adquisición de nuevo vocabulario. El aprendizaje será a través de la geografía, historia y cultura del mundo hispanohablante, con énfasis en Chile y Sudamérica. El enfoque estará en la mejora de la producción oral y escrita teniendo presente el conocimiento previo de la lengua. Los estudiantes construirán su aprendizaje en un nivel más sofisticado realizando actividades como presentaciones formales, entrevistas y lectura de textos.

OBJETIVOS

1. Aplicar las diferentes estructuras gramaticales de acuerdo al nivel.
2. Expresarse a través de composiciones escritas en una variedad de temas que exijan una mediana complejidad.
3. Enfrentarse a artículos, noticias y debates sobre temas actuales, adoptando posturas y puntos de vista.
4. Comunicarse en forma oral y escrita en diferentes situaciones de la vida diaria.

METODOLOGÍA

1. Trabajar con el profesor, en parejas y en grupos para comunicarse en español a través de entrevistas, juegos de roles y presentaciones.
2. Practicar el vocabulario aprendido y expresiones del habla en contexto.
3. Practicar la gramática en contexto
4. Lectura de textos reales de mediana complejidad.
5. Material audiovisual (canciones, videos, películas, imágenes, etc.).

CONTENIDOS

1. Verbos ser versus estar
2. Conjugaciones del presente de indicativo
3. Futuro
4. Pretérito indefinido versus imperfecto
5. Complemento directo e indirecto
6. Condicional
7. Preposiciones
8. Imperativo
9. Presente del subjuntivo

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Introducción - presentación - dinámica de la camiseta.
2. Ser v/s estar. Descripciones. Preposiciones.
3. Ser v/s estar. La familia.
4. Ser v/s estar. Mi ciudad. Preposiciones.
5. Ser v/s estar. Haber.

6. Ser v/s estar. Prueba. Introducción presente de indicativo.
7. Presente de indicativo. Verbos con cambio de raíz. Rutina diaria.
8. Presente de indicativo. Verbos con cambio de raíz. Tiempo libre.
9. Presente de indicativo. Expresar gusto, deseo y sentimiento.
10. Pretérito simple. Biografía.
11. Pretérito simple. Eventos en el pasado.
12. Pretérito imperfecto. Descripciones.
13. Pretérito imperfecto. Eventos en el pasado.
14. Pretérito simple v/s imperfecto. Cuentos.
15. Pretérito simple v/s imperfecto. Narración de cuentos.
16. Pretérito simple v/s imperfecto. Evaluación.
17. Complemento directo e indirecto.
18. Futuro. Ir + infinitivo. Complementos directo e indirecto.
19. Futuro imperfecto. Planes a corto plazo. Complemento directo e indirecto.
20. Futuro imperfecto. Planes a largo plazo. Evaluación.
21. Condicional. Paradigmas.
22. Condicional. Sueños y deseos.
23. Condicional. Clausulas condicionales.
24. Condicional. Clausulas condicionales. Evaluación.
25. Imperativo. Dar instrucciones: recetas.
26. Imperativo. Dar indicaciones: direcciones.
27. Imperativo. Evaluación.
28. Presente del subjuntivo. Paradigmas.
29. Presente del subjuntivo. Opiniones.
30. Presente del subjuntivo. Sentimientos.
31. Presente del subjuntivo. Ojala, quizás.
32. Presente del subjuntivo. Mandatos.
33. Examen final.

EVALUACIÓN

- Evaluaciones escritas, 40%
- Evaluaciones orales, 30%
- Examen escrito, 30%

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, R., Castañeda, A., Martínez, P., Miquel, L., Ortega, J. y Ruiz, J. (2005). *Gramática básica del estudiante español*. Madrid: Editorial Difusión.
- Bregstein, B. (2006) *Easy Spanish step-by-step*. New York: McGraw-Hill.
- Gordon, R. y Stillman, D. (2005). *The ultimate Spanish review and practice*. New York: McGraw-Hill.
- Aguirre Martínez, M. (coord.). (2011). *El mundo en español. Lecturas de cultura y civilización. (nivel a2)*. Madrid: Habla con Ñ.
- Turk, P. y Zollo, M. (2000). *¡Listos! A communicative grammar worktext with written and oral practice*. Lincolnwood: National Textbook Company.
- Página del profesor de español como lengua extranjera (2011). www.todoeele.net

ESPAÑOL INTERMEDIO: COMUNICACIÓN

SPAN 211 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Los estudiantes en este curso incrementarán sus habilidades para hablar, escuchar, leer y escribir en español desde un enfoque comunicativo de mediana complejidad. El aprendizaje será a través de la geografía, historia y cultura del mundo hispanohablante, con énfasis en Chile y Sudamérica. El estudiante podrá analizar, entender y comparar las diferencias sociales, económicas y culturales los países hispanos con su país de origen.

OBJETIVOS

1. Comprender textos orales y escritos de mediana complejidad.
2. Hacer descripciones claras y detalladas de una amplia variedad de temas culturales.
3. Participar en una conversación con cierta fluidez y espontaneidad.
4. Tomar conciencia de la diversidad cultural y de la influencia que puede tener la propia identidad cultural en la percepción e interpretación de un país hispanohablante.

METODOLOGÍA

1. Trabajar con el profesor, en parejas y en grupos para comunicarse en español a través de entrevistas, juegos de roles, debates y presentaciones.
2. Practicar el vocabulario y expresiones del habla en contexto.
3. Lectura de artículos y noticias de mediana complejidad.
4. Material audiovisual (películas, audios, imágenes, PowerPoint, etc.).

CONTENIDOS

1. Descripciones de personas y lugares.
2. La familia y su entorno.
3. Identidad colectiva y estilo de vida.
4. Biografías de personajes relevantes de nuestra historia.
5. El gobierno militar y el regreso de la democracia en Chile.
6. Productividad y eficiencia en el trabajo.
7. Noticias de contingencia actual.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Presentación del curso. Dinámica de grupo (información personal).
2. Chile en pocas palabras. Exposición sobre geografía, economía, política, etc.
3. Descripciones físicas. Ejercitación verbos ser y estar. Adjetivos calificativos.
4. Ejercitación vocabulario y verbos. Juego de adivinanza.
5. Vocabulario de la casa. Juego de roles (ejercitación ser, estar, haber).
6. La ciudad. Vocabulario y preposiciones.
7. Descripciones de lugares específicos.
8. Descripción de Valparaíso, patrimonio de la humanidad.
9. Presentación oral evaluada “mi ciudad”.

10. Presentación oral evaluada “mi ciudad”.
11. Análisis de texto “cómo viven los chilenos”.
12. Expresiones de sentimiento (me gusta, me sorprende, me da pena, etc).
13. Película “Qué pena tu vida” (parte 1).
14. Película “Qué pena tu vida” (parte 2).
15. Biografía Shakira. Práctica de los verbos en pretérito indefinido.
16. Ejercitación de pretérito imperfecto / indefinido.
17. Presentación oral (personaje relevante hispanoamericano).
18. Presentación oral (personaje relevante hispanoamericano).
19. Introducción al gobierno militar en Chile.
20. Análisis de texto “chile en estado de emergencia”.
21. Película “Machuca” (parte 1).
22. Película “Machuca” (parte 2).
23. Análisis de película / juego de roles.
24. Preparación pauta de preguntas para entrevista.
25. Práctica del condicional.
26. Práctica del condicional / entrega de ensayo.
27. Estereotipos y prejuicios.
28. Análisis texto “buenos para sacar la vuelta”.
29. Actividad grupal (eficiencia y productividad en el trabajo).
30. Película “Subterra” (parte 1).
31. Película “Subterra” (parte 2).
32. Presentación de noticia (exposición y debate).
33. Presentación de noticia (exposición y debate).
34. Actividad grupal.
35. Control de contenidos.
36. Examen final oral.

EVALUACIÓN

- Evaluaciones escritas, 30%
- Evaluaciones orales, 40%
- Examen oral, 30%

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, R., Castañeda, A., Martínez, P., Miquel, L., Ortega, J. y Ruiz, J. (2005). *Gramática básica del estudiante español*. Madrid: Editorial Difusión.
- Bregstein, B. (2006). *Easy Spanish step-by-step*. New York: McGraw-Hill.
- De la Torre, C., García-Serrano, M. y Grant Cash, A. (2005). *¡A que sí!* Boston: Thomson Heinle.
- Diario El Mercurio [online].
- Equipo Prisma (2003). *Prisma progresa, b1*. Madrid: Edinumen.
- Portal sobre Chile (2011). www.chile.com
- Página del profesor de español como lengua extranjera (2011). www.todoele.net

FONÉTICA DEL IDIOMA ESPAÑOL

SPAN 350 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Curso teórico-práctico que entrega las competencias lingüísticas necesarias para la producción oral de la lengua española en su norma formal estandarizada para los distintos dominios del mundo hispánico, a partir de la base lingüística de la lengua materna de los usuarios, comparando ambos sistemas fonológicos y fonéticos con el fin de eliminar las interferencias de la lengua materna en la producción de la segunda lengua.

OBJETIVOS

1. Conocer e identificar cómo funciona el aparato fonador humano y las disciplinas que surgen del estudio de los sonidos del lenguaje.
2. Reconocimiento y reproducción de cada uno de los fonemas y grafemas del español en sus modalidades culta y popular.
3. Capacidad de relacionar con precisión los fonemas y las distintas realizaciones grafemáticas según el dialecto utilizado.
4. Capacidad de discriminación de estilos fonemáticos y fonéticos según el contexto de uso.
5. Distinguir los conceptos básicos de la fonética articulatoria para la producción de los fonemas y alófonos del español.
6. Identificar y producir con naturalidad las distintas estructuras fónicas del español: fonemas, sílabas, grupos de intensidad, palabras, frases, oraciones.
7. Identificar y producir los fonemas principales según las variantes fundamentales que presenta la lengua española en la variedad formal.
8. Identificar y contrastar los fonemas usados en la lengua materna y en la segunda lengua.
9. Identificar y producir las estructuras fónicas del español, según sus variedades de acentuación, tempo articulatorio y entonación.

METODOLOGÍA

1. Presentación breve de los contenidos en forma expositiva, con participación de los alumnos con el fin de permitirles una práctica constante de la lengua.
2. Prácticas individuales y grupales.
3. Ejercicios de corrección fonética y fonológica.
4. Tres evaluaciones integrales (dobles) al término de cada unidad.

CONTENIDOS

1. El lenguaje y las disciplinas fónicas fonética y fonología de las lenguas.
2. Fonética articulatoria.
3. El aparato fonador humano.
4. Fonemas vocálicos del español. Combinaciones vocálicas del español: diptongos, hiatos, tipos de sílabas.
5. Fonemas consonánticos del español.
6. Alófonos más relevantes del consonantismo.
7. Fenómenos dialectales del consonantismo: seseo, yeísmo, velarización.
8. Fonología suprasegmental.

9. Tipos de acentuaciones del español.
10. El tempo articulatorio.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Presentación del programa; calendario; introducción; diagnóstico inicial grupal-individual.
2. Fonética articuladora aparato fonador humano / continuación evaluación diagnóstica.
3. Fonemas vocálicos del español.
4. Combinaciones vocálicas del español: diptongos, hiatos tipos de sílabas.
5. Trabajo de corrección personal (10') por alumno.
6. Resumen general de la unidad (grupal).
7. Evaluación escrita del vocalismo hispánico.
8. Evaluación oral del vocalismo.
9. Fonemas consonánticos del español.
10. Alófonos más relevantes del consonantismo.
11. Presentación oral en dupla (15' a 20') por grupo.
12. Fenómenos dialectales del consonantismo, yeísmo, seseo.
13. Trabajo de corrección personal (10') por alumno.
14. Primeras presentaciones individuales.
15. Evaluación escrita del consonantismo y sonidos deslizantes.
16. Fonología suprasegmental.
17. Tipos de acentuación en español.
18. Trabajo de corrección personal (25') por alumno.
19. Ejercitación de tempo articulatorio.
20. Segunda presentación individual.
21. Ejercitación de entonación.
22. Trabajo de corrección personal (25') por alumno.
23. Resumen de los elementos suprasegmentales
24. Evaluación escrita de elementos suprasegmentales.
25. Resumen general del semestre, 70%.
26. Evaluación final individual, 30%.
27. Entrega de resultados finales.

EVALUACIÓN

- Tres evaluaciones integrales (dobles) al término de cada unidad. Evaluaciones parciales por avance de estructuras fónicas. Todo el semestre 70%.
- Evaluación del curso completo, esto es, examen con cuestionario previo, obligatorio y con un valor de 30%.

BIBLIOGRAFÍA

Fundamental:

- Lagos, D. y Morales, F. (2000). Manual de fonología española (4ta edición). Valparaíso: Editorial Puntángelos.

Complementaria:

- Alarcos Llorach, E. (1969). *Fonología española*. Madrid: Gredos.

- Contreras, L. (1979). Descripción grafemática del español. Su importancia para una enseñanza racional de la ortografía. *Boletín de filología*. U. de Chile, pp. 29-50.
- Fuentes Alarcón, K. y Murillo Toro, H. (2003). *Ortofonía y ortografía del español*. Valparaíso: Uplaced.
- Fernández Planas, A. (2007). ¿Para qué sirve la fonética? *Onomazein* n° 15, pp. 39-51.
- Frías Conde, X. (2001). Introducción a la fonética y fonología del español. *Ianua. Revista Philologica Romanica*, suplemento 04.
- Lagos, D. (2005). *Fonética acústica: análisis espectral* (2da ed.). Valparaíso: Centro de Estudios Dialectológicos, Uplaced.
- Malmberg, B. (1964). *La fonética*. Buenos Aires: Eudeba.
- Morales, F. (2004). *Fonética chilena*. Valparaíso: Universidad de Playa Ancha.
- Navarro, T. (1948). *Manual de entonación española*. New York: Hispanic Institute.
- Navarro, T. (1963). *Manual de pronunciación española*. Madrid: CSIC.
- Quilis, A. (1969). *Curso de fonética y fonología españolas*. Madrid: CSIC.
- Quilis, A. (1983). *Fonética acústica de la lengua española*. Madrid: Gredos.
- Quilis, A. (1993). *Tratado de fonología y fonética españolas*. Madrid: Gredos.
- Román Montes de Oca, (2000). *Manual de introducción al estudio fonético y fonológico. Con especial énfasis en el análisis acústico del habla*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Letras, Departamento de Ciencias del Lenguaje.

GRAMÁTICA AVANZADA

SPAN 355 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

La asignatura pretende ser una descripción de la morfología y la sintaxis españolas orientada a los no hispanohablantes. El conocimiento explícito de la gramática por parte del alumno permite la ampliación y el desarrollo de los recursos para la comunicación tanto oral como escrita. Por ello, la asignatura consiste en la exposición de las estructuras sintácticas fundamentales del idioma español.

OBJETIVOS

1. Desarrollo del conocimiento por parte del alumno de las categorías gramaticales en español así como sus características básicas.
2. Conocimiento de las estructuras morfológicas y sintácticas.
3. Desarrollo de la reflexión teórica acerca de la gramática.
4. Ampliación del conocimiento del alumno sobre los criterios de corrección gramatical en español y de algunas de las irregularidades que presenta el idioma.

METODOLOGÍA

Las clases constan de las exposiciones teóricas y de los ejercicios sobre los puntos del temario. El material práctico utilizado en las clases es facilitado por la profesora. Así mismo, los contenidos teóricos del curso se apoyan en un libro de texto que los alumnos tienen y que sirve de referencia.

CONTENIDOS

1. El sintagma nominal.
 - El artículo. Determinado. Indeterminado.
 - El sustantivo. El género. La formación del plural.
 - El adjetivo. Formación del femenino. Formación del plural. Concordancia. El grado. Formas sustantivadas y adverbiales.
 - Los demostrativos. Adjetivos demostrativos. Pronombres demostrativos.
 - Los posesivos. Adjetivos posesivos. Pronombres posesivos. Empleo y colocación.
 - Los pronombres personales. Pronombres sujeto. Pronombres objeto directo. Pronombres complemento indirecto. Orden de los pronombres.
 - Los numerales.
 - Los indefinidos.
 - Los pronombres relativos.
 - Los pronombres interrogativos y exclamativos.
2. El sintagma verbal.
 - La conjugación regular.
 - La conjugación irregular.
 - Auxiliares y construcciones verbales. Conjugación pasiva. La pasiva refleja. La construcción pronominal. Usos de ser y estar.
 - Modo indicativo. Principales valores y usos. El indicativo en oraciones subordinadas.
 - Modo subjuntivo. Principales valores y usos. El subjuntivo en las oraciones independientes y subordinadas.
 - Modo imperativo.
 - La concordancia de los tiempos verbales.
 - Las formas no personales del verbo.
 - El adverbio.
 - Las partículas. Preposiciones. Conjunciones.
3. La oración.
 - La oración simple.
 - La oración compleja. Subordinación. Nexos.
 - Período oracional. Coordinación. Nexos.

EVALUACIÓN

Las pruebas evaluativas son escritas y consiste en un control sobre los contenidos del programa. La evaluación es continuada y comprende un seguimiento individual de la evolución de cada alumno sin desdeñar la importancia de la prueba final. Se valora el interés y la participación demostradas durante las clases.

- Prueba 1 (33,3%)
- Prueba 2 (33,3%)
- Prueba 3 (33,3%)

ESPAÑOL AVANZADO: CULTURA CHILENA

SPAN 340 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Este es un curso de conversación principalmente en torno a diversos aspectos que conforman la cultura chilena junto con revisar algunos aspectos gramaticales relevantes del idioma español. Se espera que el alumno tenga un nivel de entrada intermedio alto.

El curso promueve que el estudiante mejore sus habilidades de lenguaje y lectura revisando textos originales y escuchando conversaciones más complejas. Los alumnos también incrementarán su vocabulario y practicarán el idioma español con el fin de expresarse de manera fluida y coherente. Los estudiantes trabajarán en un proyecto donde analizarán la situación socio-política de Chile. El tema de investigación dependerá de la motivación del alumno, su experiencia previa y compromiso con el curso.

El énfasis será puesto en la competencia de las cuatro habilidades del lenguaje (lectura, escritura, audición y expresión oral).

OBJETIVOS

1. Repasar y enfatizar los conocimientos de algunos aspectos relevantes de la gramática del idioma español.
2. Ampliar el vocabulario en esta lengua.
3. Perfeccionar las habilidades orales y escritas de la comunicación en español.
4. Conocer diversos aspectos que conforman la cultura chilena a través de una introducción a ella.
5. Mejorar la comprensión del idioma español.
6. Desarrollar la fluidez en el manejo oral de este idioma.

METODOLOGÍA

1. Investigar temas propuestos por el profesor y acordados con el alumno para ser presentados en clases y en forma oral.
2. Generar conversaciones e intercambio de opiniones entre los alumnos y con el profesor sobre los temas presentados en clases (trabajo grupal).
3. Plantear opiniones de los alumnos, argumentándolas con énfasis en el uso de las estructuras gramaticales cubiertas en clases.
4. Realizar una serie de actividades orales y escritas para revisar contenidos gramaticales y nuevo léxico (juego de roles, presentaciones, entrevistas, diálogos, debates, etc.).
5. Ver videos y/o películas para escuchar diferentes fuentes auditivas (escuchar entrevistas, videos explicativos, canciones, etc.).

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Historia y geografía chilena.
2. Economía, política y actualidad chilena.
3. Artes y artistas chilenos.
4. Deportes, tradiciones y costumbres en Chile.
5. Algunos chilenismos.

Estos contenidos serán siempre apoyados con un repaso de la gramática del español focalizando en los temas en los cuales los alumnos tienen las dudas más recurrentes.

CONTENIDOS GRAMATICALES

1. Contraste de los pretéritos en sus formas simples y compuestas.
2. Imperativo (formal e informal).
3. Subjuntivo (presente y pretérito).
4. Futuro.
5. Condicional.
6. Expresión de la condición.
7. Verbos pronominales (seudo-reflexivos, reflexivos puros y verbos especiales).

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Introducción del programa del curso. Presentación de los estudiantes.
2. Evaluación formativa. Interacción.
3. Revisión de tareas asignadas. Interacción.
4. Usos de los verbos “ser y estar”.
5. Revisión de tareas asignadas.
6. Uso de las preposiciones “para” y “por”.
7. 5 presentaciones orales de los alumnos.
8. Conversación en torno a los temas.
9. 5 presentaciones orales de los alumnos.
10. Conversación en torno a los temas.
11. Pretéritos (modo indicativo). Dos presentaciones orales de los alumnos.
12. Conversación en torno a los temas.
13. 3 presentaciones orales de los alumnos. Folklore.
14. Modo imperativo (formal e informal).
15. 5 presentaciones orales de los alumnos. Conversación en torno a los temas.
16. Primera prueba escrita.
17. Modo subjuntivo (presente y pretérito).
18. 6 presentaciones orales de los alumnos. Conversación en torno a los temas.
19. Futuro, condicional, y expresión de la condición.
20. 6 presentaciones orales de los alumnos. Intercambio de opiniones y preguntas.
21. Verbos pronominales. 3 presentaciones orales de los alumnos. Intercambio de opiniones y preguntas.
22. 5 presentaciones orales de los alumnos. Conversación en torno a los temas.
23. Prueba escrita final.
24. Entrega de notas.

EVALUACIÓN

- 2 presentaciones orales, (20% cada una), 40%
- 2 pruebas escritas, (30% cada una), 60%

BIBLIOGRAFÍA

- Dawson, L. y Dawson A. (2001). *Dicho y hecho*. USA: John Wiley and Sons Inc.
- Reseigh Long, D. y Macián Lynn, J. (2005). *De paseo*. USA: Heinle (Thomson Corporation).

- Sandstedt, L., Kite, R. y Copeland, J. (2004). *Conversación y repaso*. USA: Heinle (Thomson Corporation).
- Portal memoria chilena (2011). www.memoriachilena.cl
- Página de Amauta Spanish School (2011). www.amautaspanish.com

INTRODUCCIÓN A LOS GÉNEROS LITERARIOS

SPAN 350 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Este es un curso se discutirán textos en español de los cuatro principales géneros literarios: narrativa, poesía, ensayo y teatro. Se estudiarán textos tanto de España como de Latino América. Las lecturas, discusiones en clases, pruebas y ensayos son estrictamente en español.

Las lecturas deben ser preparadas de forma previa a la clase, ya que estas se dedicarán estrictamente al análisis y discusión.

OBJETIVOS

1. Comunicarse con éxito y mantener una conversación en relación a las lecturas.
2. Expresar ideas, pensamientos y opiniones en presentaciones formales, debates, y discusiones.
3. Leer, interpretar y discutir varios tipos de textos y lecturas.
4. Comprender ideas principales y detalles de los textos a analizar.

METODOLOGÍA

1. Discusiones con el profesor, en grupos y en parejas.
2. Clases expositivas del profesor.
3. Lectura y preparación de vocabulario en casa.
4. Análisis y revisión de vocabulario en clase.
5. Material audiovisual (videos, películas, imágenes, etc).

CONTENIDOS

1. Narrativa.
2. Ensayo.
3. Poesía.
4. Teatro.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. La narrativa. Introducción. Leer *aproximaciones*, 2-8, 10-18.
2. La narrativa. Aproximaciones, 19-24. Introducción al cuento. Aproximaciones, 41.
3. El cuento. *Cartas de amor traicionado*. Isabel Allende. Parte 1.
4. El cuento. *Cartas de amor traicionado*. Isabel Allende. Parte 2.
5. El cuento. *Cartas de amor traicionado*. Isabel Allende. Parte 3.
6. El cuento. *Cartas de amor traicionado*. Isabel Allende. Prueba.
7. El cuento. *La noche boca arriba*. Julio Cortázar. Parte 1.
8. El cuento. *La noche boca arriba*. Julio Cortázar. Parte 2.
9. El cuento. *El etnógrafo*. Jorge Luis Borges.

10. El cuento. *No oyes ladrar a los perros*. Juan Rulfo.
11. El cuento. *La camisa de margarita*. Ricardo Palma.
12. Discusión. Entrega primer trabajo escrito. 500 palabras.
13. El ensayo: introducción. Aspectos del ensayo contemporáneo. Aprox., 376-83; 397-400.
14. El ensayo. *Tengo un sueño*. Martin Luther King.
15. El ensayo. *Vuelva usted mañana*. Mariano José de Larra.
16. El ensayo. *Estaciones de descanso*. Ezequiel Martínez Estrada.
17. El ensayo femenino. *Los obreros y yo*. Eva Perón.
18. El ensayo femenino. *Y las madres, ¿qué opinan?* Rosario Castellanos.
19. El ensayo femenino. *La autenticidad de la mujer en el arte*. Rosario Ferre.
20. El ensayo. Discusión. Entrega segundo trabajo escrito. 600 palabras.
21. La poesía: introducción, panorama histórico y guía. Aproximaciones, 134-35; 156-69.
22. La poesía. El siglo de oro. Luis de Góngora. Lope de Vega. Francisco de Quevedo.
23. La poesía. Barroco de Indias: Sor Juana. El romanticismo: Gustavo Adolfo Bécquer. Pre modernismo: José Martí.
24. La poesía. El modernismo hispánico: Rubén Darío; Amado Nervo; Antonio Machado; Juan Ramón Jiménez.
25. La poesía. Análisis de "Nocturno III," de José Asunción Silva.
26. La poesía. Posmodernismo y vanguardia: Gabriela Mistral; César Vallejo.
27. La poesía. Posmodernismo y vanguardia: Vicente Huidobro; Juana de Ibarbourou; García Lorca; Luis Palés Matos.
28. La poesía. Los grandes poetas latinoamericanos del medio siglo: Nicolás Guillén, Pablo Neruda, Octavio Paz.
29. La poesía. La poesía comprometida de Ernesto Cardenal.
30. El drama: introducción. La estructura de la obra dramática.
31. El drama: Osvaldo Dragún. Aproximaciones 248-257.
32. El drama: Federico García Lorca. La casa de Bernarda Alba, acto I.
33. El drama: Federico García Lorca. La casa de Bernarda Alba, acto II.
34. El drama: Federico García Lorca. La casa de Bernarda Alba, acto III.
35. Entrega tercer ensayo. 800 palabras. Examen final.

EVALUACIÓN

- Ensayos, 60%
- Examen final, 40%

BIBLIOGRAFÍA

- Virgilio, C., Valdivieso, T. y Friedman, E. (2008). *Aproximaciones al estudio de la literatura hispánica*. 6ª ed. New York: McGraw-Hill.

PREGRADO RECOMMENDED COURSES SYLLABI

LATIN AMERICA AND CHILE STUDIES

LITERATURA HISPANOAMERICANA

LITR 319 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El curso estará centrado en la producción literaria contemporánea, específicamente la de los autores del denominado “boom latinoamericano”. El criterio fundamental es la opción por el análisis textual enfocado en un número reducido de obras representativas más que en una panorámica histórica. Cada obra será expuesta a la luz de tres entradas: a) lectura de tipo técnica: estructuras, recursos estilísticos; b) lectura temática: el problema de la identidad latinoamericana; c) relecturas actuales de la crítica. Mediante este procedimiento simultáneo se pretende generar un diálogo entre las cuatro novelas escogidas lo que permitirá sentar las bases para la parte final del curso. En esta el alumno deberá asumir el análisis de una novela a su elección.

OBJETIVOS

Generales:

- Problematizar acerca de la función de la literatura en relación al tema de la identidad latinoamericana.
- Generar en el alumno una postura crítica y reflexiva en relación al fenómeno literario.

Específicos:

- Analizar críticamente obras culmines de la producción latinoamericana mediante diversos ejes temáticos y técnicos.
- Que el alumno logre realizar similar análisis de modo independiente en una obra de su elección.

METODOLOGÍA

En la primera parte se combinarán las clases expositivas con mini-talleres de aplicación por parte de los alumnos, realizados al finalizar el análisis de cada una de las cuatro novelas. La segunda parte será netamente práctica, siempre con la guía del profesor y con selección de material bibliográfico.

CONTENIDOS

El curso está subdividido en dos partes:

Parte 1: de tipo teórica.

Introducción general

- Panorama de la literatura hispanoamericana, algunos criterios.
- El boom latinoamericano.
- Conceptos de realidad.

Análisis de novelas representativas

- *Pedro Páramo* (1955) de Juan Rulfo (mexicano).

- *Cien años de soledad* (1967) de Gabriel García Márquez (colombiano).
- *Conversación en la catedral* (1969) de Mario Vargas Llosa (peruano).
- *Rayuela* (1963) de Julio Cortázar (argentino).

Parte 2: de tipo práctica.

- Análisis por parte de los alumnos.

EVALUACIÓN

Se aplicarán tres modalidades para fomentar en el alumno la práctica y adquisición de distintas habilidades.

- Talleres: una nota por los cuatro talleres (25%)
- Exposición individual de análisis de una novela (25%)
- 4 controles de lectura (la novela escogida más materia) (50%)

BIBLIOGRAFÍA

- Benedetti, Mario (otros). *Asedios a García Márquez*. Editorial Universitaria: Santiago, 1971.
- Menton, Seymour. *Historia verdadera del realismo mágico*. FCE: México, 1993.
- Maturo, Graciela. *Claves simbólicas de García Márquez*. Fernando García Cambeiro: Buenos Aires, 1972.
- Pacheco, J.E: (otros). *Asedios a Vargas Llosa*. Editorial Universitaria: Santiago, 1972.
- Oviedo, José Miguel. *Mario Vargas Llosa. La invención de una realidad*. Seix Barral: Barcelona, 1977.
- Escritores de América. *31 entrevistas*. Los Andes: Santiago, 1993.
- Gabriel García Márquez. *Isabel viendo llover macondo*.
- Recopilación de textos sobre Gabriel García Márquez. *Serie valoración múltiple centro de investigaciones literarias casa de las américas*.
- García Márquez, Gabriel. *El coronel no tiene quien le escriba*.
- Jara, René. *Del mito en García Márquez*. Ediciones Universitarias Valparaíso.
- Apuleyo, Plinio. *El olor de la guayaba*.
- Brushwood, John S. *La novela hispanoamericana del siglo XX*. Siglo XXI: México, 1993.
- Harss. *Los nuestros*. Editorial Sudamericana: Argentina, 1978.
- Martí, José Luis. *La narrativa de Vargas Llosa*. Editorial Gredos, 1974.
- Vargas Llosa, Mario. *Contra viento y marea*. Editorial Sudamericana.
- Cobo, Juan Gustavo (ed.). *Gabriel García Márquez. Testimonios sobre su vida, ensayos sobre su obra*. Santa Fe: siglo del Hombre Editorial, 1992.
- Farías, Víctor. *Los manuscritos de Melquíades*. Frankfurt: Vervuert, 1981.
- García Márquez, Gabriel. *Cien años de soledad*. Madrid: Cátedra, 2002.
- García Márquez, Gabriel. *Cien años de soledad*. Colombia: RAE, 2007.

FORMACIÓN DE LA CULTURA LATINOAMERICANA

LAS 321 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Para conocer Latinoamérica hay primero que comprenderla. Por esta razón, el curso busca hallar los orígenes de lo que denominamos cultura latinoamericana, con toda la diversidad y riqueza que ello conlleva, en una realidad verdaderamente multicolor. Comprender la historia del continente y su trayectoria a través del tiempo, así como valorar su diversidad, son elementos que solo se dimensionan al enfrentar estas temáticas.

OBJETIVOS

Este curso tiene por objetivo central comprender la historia latinoamericana en el marco de una posible identidad global y una evidente particularidad de cada región y pueblo. Para ello es indispensable comprender la historia desde una mirada cultural, que se identifica desde el mundo pre hispano hasta nuestra realidad contemporánea. Para ello, y por la extensión temporal y espacial compleja, se busca identificar los hitos que pueden marcar una trayectoria histórica y sobre ellos, flexionar sobre el legado cultural, así como los elementos que nos unen y dividen como latinoamericanos.

Este curso permite asociar historia y cultura, valorizando el estudio del pasado como clave para la comprensión de nuestro presente, y buscando una mejor comprensión de Latinoamérica en su conjunto, clave para el desarrollo y la defensa de identidades culturales.

METODOLOGÍA

Los contenidos del curso se expondrán en clases expositivas e interactivas privilegiando la discusión activa, el análisis de textos y realización de ensayos.

CONTENIDOS

1. América, una reflexión sobre el nombre.
2. La realidad precolombina: tribus ancestrales y las diversas realidades indígenas.
3. La conquista española y la colonia: el cambio en los centros y periferias.
4. Formas de mestizaje: la clave del pasado cultural: realidades regionales.
5. El apogeo colonial: riqueza y pobreza: vestigios para el presente.
6. La herencia cultural colonial: comprender cada región en su riqueza cultural particular.
7. Los orígenes de la independencia de Latinoamérica: las diversas razones para una libertad.
8. Después de las independencias: el desafío de consolidar unidades culturales.
9. América actual, una reflexión desde la mirada de la historia y la cultura.

EVALUACIÓN

- 4 ensayos (40%)
- Participación en clases (10%)
- Prueba final (50%)

BIBLIOGRAFÍA

- Peter Burke, *¿Qué es la historia cultural?*, Paidós, Barcelona, 2006.
- Peter Burke, *Formas de hacer historia*, Alianza, Madrid, 2003.
- Germán Arciniegas, *El continente de siete colores*, Taurus, Bogotá, 2005 (1964).
- Rolando Mellafe, *Breve historia de la independencia latinoamericana: la formación de las nacionalidades*, Universitaria, Santiago, 1997.
- Leopoldo Zea, *América Latina en sus ideas, siglo XXI*, México, 2000.
- Leopoldo Zea, *Ideas y presagios del descubrimiento de América*, México, 1993.
- Leopoldo Zea, *Latinoamérica, cultura de culturas*, IPGH, 1999.
- Miguel Rojas, *Los cien nombres de américa, eso que descubrió colón*, Lumen, Buenos Aires, 1991.
- Juan Bosco Amores, *Historia de América*, Ariel, Madrid, 2006.
- Carlos Malamud, *Historia de América*, Alianza, Madrid, 2010.

HISTORIA DE CHILE: INDEPENDENCIA

HIS 251 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Este curso comprende el periodo que Chile vivió durante su proceso de independencia, que abarca desde comienzos del siglo XIX hasta la consolidación de la república a partir de 1930. En este curso se pretende profundizar en la complejidad del proceso y analizar las diversas etapas del mismo.

OBJETIVOS

1. Brindar a los alumnos una visión de la historia de Chile en el siglo XIX, poniendo énfasis en los procesos de transformación político, social y económico.
2. Ofrecer a los alumnos una información bibliográfica especializada, que les permita conocer las tesis más importantes en relación con el desenvolvimiento histórico de Chile.
3. Desarrollar en los alumnos criterio histórico y capacidad analítica, por medio del debate de temas historiográficos relevantes.

CONTENIDOS

1. La revolución de la independencia.
 - La sociedad a fines del siglo XVIII.
 - La acefalía monárquica en España: sus efectos en la península y en los dominios ultramarinos.
 - La junta de 1810: primera experiencia de gobierno autónomo.
 - La restauración de Fernando VII: la política de "pacificación" y el surgimiento de una actitud antimonárquica.
2. Proyecciones de la independencia en la organización de la república.
 - Las ideas políticas.
 - El gobierno de Bernardo O'Higgins, primera experiencia de un gobierno independiente.
 - Problemas durante la organización del Estado: anarquía o crisis de descolonización, 1823-1829.

3. Portales y la organización del Estado.
 - La consolidación del gobierno civil.
 - Proyecciones de la obra política de Portales.
 - Portales en la historiografía.
4. Evolución político institucional de Chile durante el siglo XIX.
 - Consolidación del régimen político.
 - Transformación político institucional.
 - La guerra civil de 1891 y el establecimiento del sistema parlamentario.
5. La sociedad chilena y sus transformaciones durante el siglo XIX.
 - Población y formas de sociabilidad.
 - Clases sociales.
 - La sociedad de Valparaíso.
6. El desenvolvimiento económico de Chile durante el siglo XIX.
 - Política económica.
 - Agricultura, minería y comercio, soportes de la economía chilena en el siglo XIX.

EVALUACIÓN

- Prueba escrita (33,3%)
- Prueba oral (33,3%)
- Informes bibliográficos semanales (33,3%)

BIBLIOGRAFÍA

- Jaime Eyzaguirre, *Ideario y ruta de la emancipación chilena*, pp. 92-122
- Simon Collier, *Ideas y política de la independencia chilena, 1808-1833*, pp. 211-243.
- Ramón Sotomayor Valdés, *Historia de Chile bajo el gobierno del General don Joaquín Prieto*, Tomo I, pp. 7-58.
- Santiago Lorenzo, *Diego Portales*. En: "chilenos del bicentenario". Vol. II. Ed. El Mercurio, pp. 5-53.
- Simon Collier, *La construcción de una república, 1830-1865. Política e Ideas*, pp. 87-117.
- Timothy Scully, *Los partidos de centro y la evolución política chilena*, pp. 35-88.
- Mario Góngora, *Ensayo histórico sobre la noción de Estado en Chile en los siglos XIX y XX*, pp. 48-108 (2ª ed).
- Arnold Bauer, *La sociedad rural chilena. Desde la conquista española hasta nuestros días*, pp. 201-230.
- Santiago Lorenzo, *Imaginario de Valparaíso. Siglos XIX y XX*. Boletín de la Academia Chilena de la Historia, no 110, pp. 131-150, Santiago, 2000-2001.
- Simon Collier, *Historia de Chile, 1808-1994*, pp. 50-110.
- Carmen Cariola y O. Sunkel, *Un siglo de historia económica de Chile, 1830-1930*, pp. 63-99.

HISTORIA DE CHILE CONTEMPORÁNEO

HIS 346 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El curso estudia descriptiva, crítica y analíticamente las orientaciones y modalidades adquiridas por el devenir histórico nacional más reciente. Se busca, bajo un ejercicio metodológico integrador, apreciar cómo el sistema político chileno delineado en torno a los años 20 y 30 del siglo XX, conoció una serie de debilidades que a la postre terminaron tempranamente por erosionarlo. También se da cuenta del dirigismo estatista que privilegió, en el plano económico y social, el llamado concierto de intereses sectoriales. Todas estas tendencias fueron reforzadas por el sistema educacional imperante. Finalmente se aborda la crisis de los 70 y el proceso de institucionalización y modernización que emprendió el gobierno militar bajo la concepción de democracia protegida en lo político y aperturista en lo económico.

OBJETIVOS

- Brindar a los alumnos una visión de la historia de Chile en el siglo XX, poniendo énfasis en los procesos de transformación política, social y económica.
- Ofrecer a los alumnos una información bibliográfica especializada, que les permita conocer las tesis más importantes en relación con el desenvolvimiento histórico de Chile.
- Desarrollar en los alumnos criterio histórico y capacidad analítica, por medio del debate de temas historiográficos relevantes.

CONTENIDOS

1. Arturo Alessandri y la crisis del sistema parlamentario.
 - Los anhelos de regeneración luego de la guerra civil de 1891.
 - Funcionamiento del sistema parlamentario.
 - Autocrítica de la aristocracia ante el fracaso del régimen parlamentario.
 - La elección presidencial de 1920 y la “rebelión del electorado”.
 - El movimiento militar de 1924 y la constitución de 1925.
2. Carlos Ibáñez, la creación del estado moderno y la gran depresión.
 - La dictadura de Ibáñez y la transformación del estado.
 - La caída de Ibáñez y la segunda anarquía.
3. Restablecimiento del sistema presidencial de gobierno.
 - El segundo gobierno de Arturo Alessandri.
 - El frente popular, los gobiernos radicales y el capitalismo de estado.
 - Intentos de liberalizar la economía: los gobiernos de Carlos Ibáñez y de Jorge Alessandri.
4. La época de las planificaciones globales.
 - Eduardo Frei Montalva y la “revolución en libertad”.
 - Salvador Allende y la crisis de la democracia.
 - Augusto Pinochet, la Constitución de 1980 y la transformación económica de Chile.

EVALUACIÓN

- Prueba escrita (33,3%)
- Prueba oral (33,3%)

- Informes bibliográficos semanales (33,3%)

BIBLIOGRAFÍA

- Simon Collier, *Historia de Chile, 1808-1894*, Madrid, 1998.
- Sofía Correa, *Historia del siglo XX chileno*, Santiago, 2001.
- Julio Faúndez, *Izquierdas y democracia en Chile, 1932-1973*, Santiago, 1992.
- Álvaro Góngora, *Chile 1541-2000. Una interpretación de su historia política*, Santiago, 2000.
- Mario Góngora, *Ensayo histórico acerca de la noción de Estado en Chile en los siglos XIX y XX*. Santiago, 1986.
- Gonzalo Vial, *Salvador Allende. El fracaso de una ilusión*, Santiago, 2005.

HISTORIA DEL ARTE AMERICANO Y CHILENO

ART 112 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El conocimiento de la historia del arte chileno es determinante para la formación de los futuros estudiantes. El conocimiento de la historia política, económica y social del país adquiere su verdadera dimensión cuando se comprenden los fenómenos culturales en que se insertan. En este sentido el estudio de las manifestaciones artísticas permite construir una visión más global de los procesos.

OBJETIVOS

El alumno deberá conocer el desarrollo del arte chileno desde el período virreinal hasta la segunda mitad del siglo XX, aprendiendo a reconocer las influencias externas y los elementos de origen local en la pintura, la escultura y la arquitectura. Al mismo tiempo deberá ser capaz de desarrollar investigación en historia del arte chileno, trabajando esencialmente con el análisis de las obras y con el apoyo de documentos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrollará compartiendo clases participativas con expositivas. Se programarán salidas a terreno para aplicar las nociones y herramientas adquiridas. Los alumnos deberán trabajar en el análisis iconográfico y morfológico de obras.

CONTENIDOS

1. La Iglesia y Convento de San Francisco en la Alameda. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿qué problemas ofrece la interpretación del arte chileno del siglo XVII? La presencia del arte cuzqueño y quiteño. Lectura Isabel Cruz. Análisis de la lectura. Trabajo grupal: análisis de imágenes.
2. El aporte artístico de los jesuitas durante el siglo XVIII. Lectura Pereira Salas y Benavides. Análisis del texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿qué dificultades ofrece la identificación de obras de arte virreinal?
3. El arquitecto Toesca y sus discípulos. Lectura guarda. Análisis del texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿qué se pierde al centrar la historia del arte en la

- historia de grandes artistas?
4. Arquitectura e imaginería de Chiloé. Lectura Vásquez de Acuña. Análisis texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿se puede hacer historia del arte sin documentos escritos? Entrega de propuesta de investigación. Análisis y discusión de las propuestas de investigación.
 5. Influencia francesa, la academia y el historicismo. Lectura Ivelic y otros. Análisis de los textos. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿se puede hacer historia del arte sin catastros de obras? Entrega de las propuesta de investigación reformuladas. Análisis y discusión de las propuestas de investigación reformuladas. Primera prueba
 6. El romanticismo y el paisaje. Lectura Isabel Cruz. Análisis texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿existe una escuela de arte local en el Chile del siglo XIX?
 7. Las generaciones de pintores. Lectura Romera. Análisis de texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Discusión abierta: ¿en qué medida la modernidad penetra el arte chileno en la primera mitad del siglo XX?
 8. La cerámica de Lota. Lectura Guzmán. Análisis del texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Presentación oral, análisis y discusión de los avances de investigación.
 9. Geométricos, informalistas y pop. Lectura Ivelic. Análisis del texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Resolución de problemas de los proyectos de investigación.
 10. Pintores de la década del ochenta. Texto Antúnez. Análisis del texto. Trabajo grupal: análisis de imágenes. Resolución de problemas de los proyectos de investigación.
 11. Segunda prueba. Entrega final del trabajo de investigación.

EVALUACIÓN

- Prueba 1 (20%)
- Prueba 2 (20%)
- Controles de lectura (30%)
- Trabajos (30%)

BIBLIOGRAFÍA

- Benavides, Alfredo, *Arquitectura en el virreinato del Perú y en la Capitanía General de Chile*, Ediciones Andrés Bello, Santiago, 1978.
- Carvacho, Víctor, *Historia de la escultura en Chile*, Editorial Andrés Bello, Santiago, 1983.
- Cruz, Isabel, *El arte en Chile*, Editorial Antártica, Santiago, 1984.
- Cruz, Isabel, *La fiesta, metamorfosis de lo cotidiano*, Ediciones Universidad Católica, Santiago, 1995.
- Estellé, Patricio, *La imaginería colonial en Chile*, Ediciones del Ministerio de Educación, Santiago, 1984.
- Guarda, Gabriel, *El arquitecto de la moneda. Joaquín Toesca*, Ediciones Universidad Católica, Santiago, 1997.
- Guzmán, Fernando, *Representaciones del paraíso. Retablos en Chile, siglos XVIII-XIX*, Editorial Universitaria, Santiago, 2009.
- Ivelic, Milan y Galaz, Gaspar, *La pintura en Chile*, Ediciones de la Universidad de Valparaíso, Valparaíso, 1981.
- Ivelic, Milan y Galaz, Gaspar, *Arte actual en Chile*, Ediciones de la Universidad de Valparaíso,

Valparaíso, 1985.

- Pereira Salas, Eugenio, *Arte en el reino de Chile*, Ediciones Universidad de Chile, Santiago, 1965.
- Romera, Antonio, *La pintura chilena*, Editorial Zigzag, Santiago, 1960.

SEMINARIO DE HISTORIA DE CHILE

HIS 346 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Seminario monográfico de carácter teórico y aplicado que se enmarca dentro del estudio de la historia e historiografía económica del siglo XX chileno. Se busca reconocer y analizar dentro contexto político, las características predominantes y la experiencia obtenida de la aplicación de los grandes modelos económicos implementados durante dicho siglo; es decir el “primario exportador hasta 1930”; el de “sustitución de importaciones hasta 1975” y el “exportador diversificado” aún vigente. Además, se pretende favorecer y fortalecer la destreza investigativa sobre las capacidades de emprendimiento y el esfuerzo empresarial surgidas bajo los distintos marcos reguladores de la última centuria.

OBJETIVOS

Generales:

1. Desarrollar en los alumnos una base conceptual sólida que les permita desplegar las habilidades y capacidades de investigación, indagación y el análisis documental a fin de elaborar trabajos de investigación en el área de la historia económica chilena, en el transcurso del siglo XX.

Específicos:

1. Conocer y comprender el contacto político y social en el cual se enmarcan los distintos modelos económicos aplicados en Chile durante el siglo XX.
2. Conocer y comprender el contexto internacional en que se desenvuelve la economía chilena del siglo XX.
3. Analizar las variables que explican la crisis del modelo primario exportador y el advenimiento de tendencias inspiradas en el nacionalismo económico.
4. Analizar el rol del estado y los particulares en cada una de las etapas del desarrollo chileno del siglo XX.
5. Identificar y analizar las visiones proteccionistas, desarrollistas, estructuralistas y liberales, inmersas en la historiografía y literatura económica chilena.
6. Identificar y analizar los períodos de bonanza y crisis que conoció la economía chilena en el transcurso del siglo XX.
7. Analizar las consecuencias del creciente dirigismo e intervencionismo estatal aplicado en el siglo XX.
8. Analizar el proceso de reconstrucción y saneamiento de la economía chilena a partir del último cuarto de siglo XX.
9. Analizar la experiencia aperturista de la economía chilena, su apertura y posicionamiento como economía exportadora diversificada.
10. Elaborar una investigación de carácter monográfico referida a un sector de la empresa o actividad económica, dentro del contexto de la historia económica del siglo XX.

METODOLOGÍA

Dentro de las metodologías contempladas se destacan:

1. Clases expositivas del profesor, con apoyo audiovisual, poniendo énfasis en la interactividad y la participación de los alumnos.
2. Controles de lectura.
3. Elaboración de una monografía de historia económica, que sea producto de una investigación sobre el desarrollo de una actividad sectorial o bien respecto de instituciones o empresas.
4. Actividades de indagación en biblioteca por parte de los alumnos, tendientes a la confección de ficheros bibliográficos e informes de lectura.
5. Análisis de documentos históricos y artículos.

CONTENIDOS

1. Presentación del curso.
2. El modelo primario exportador auge y crisis.
3. El ciclo del salitre, las visiones de su importancia.
4. Chile y la economía mundial, las inversiones.
5. Producción y comercialización del salitre.
6. La inestabilidad de los mercados y crisis del salitre.
7. El proteccionismo económico, el proceso de sustitución de importaciones.
8. Primer control de lectura.
9. El impacto de la gran depresión económica.
10. El modelo de industrialización por sustitución de importaciones.
11. El advenimiento de los caudillos políticos y los cambios constitucionales.
12. La mesocracia y los nuevos partidos políticos.
13. El estado planificador; la Corfo.
14. Las inversiones públicas y el estado empresario.
15. El rol de la empresa privada.
16. Primera prueba oficial.
17. El “círculo vicioso”; burocracia, estatismo e inflación.
18. El “estado programador”; las reformas estructurales.
19. Primera entrega del trabajo de investigación.
20. La crisis económica de los años 70.
21. El moldeo exportador diversificado.
22. Segundo control de lectura.
23. Crisis de la democracia.
24. Las reformas estructurales de la economía.
25. El colapso económico 1982-1983.
26. El proceso de ajuste.
27. La disminución del rol del estado.
28. Entrega del trabajo final.
29. El auge de las exportaciones.
30. Los nuevos mercados y los primeros acuerdos comerciales.
31. Segunda prueba oficial.

EVALUACIÓN

- Prueba 1 (25%)
- Prueba 2 (25%)
- Controles de lectura (20%)
- Trabajo monográfico (30%)

BIBLIOGRAFÍA

1. Libros

- Arellano, José Pablo (1985). *Políticas sociales y desarrollo: Chile 1924-1984*. Santiago: Cieplan.
- Bernedo, Patricio. *Prosperidad económica bajo Carlos Ibáñez del Campo, 1927-1929*, en Revista Historia 24/1989.
- Boisier, Sergio (1990). *Territorio, Estado y sociedad: reflexiones sobre descentralización y desarrollo regional en Chile*. Santiago: Pehuén.
- Braun, Juan y otros. *Economía chilena 1810-1995: Estadísticas históricas*, Documento de trabajo 187, Instituto de Economía, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2000.
- Buchi, Hernán. *La transformación económica de Chile: del estatismo a la libertad económica*, ed. Norma, Santiago, 2009
- Cariola, Carmen y Zunkel, Osvaldo. *Un siglo de historia económica de Chile 1830-1930*, Editorial Universitaria, Santiago, 1991.
- Campero, Guillermo (1984). *Los gremios empresariales en el período 1970-1983: comportamiento sociopolítico y orientaciones ideológicas*. Santiago: Ilet.
- Collier, Simon. *Historia de Chile, 1808-1994*, ed. Cambridge University, Madrid, 1999.
- Defauld y otros, *Nueva historia económica mundial (siglos XIX-XX)*, ed. Vicens-Vives, España, 1977.
- Fernandois, Joaquín. *Mundo y fin de mundo, Chile en la política mundial 1900-2004*, ed. Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 2004.
- Drake, Paul y Yaksic, Iván. *El modelo chileno: democracia y desarrollo en los noventa*. Santiago: 1999.
- Godoy, Óscar (1992). *Cambio de régimen político*. Santiago: Ediciones Universidad Católica.
- Góngora, Mario. *Ensayo histórico acerca de la noción de Estado en Chile*. Ed. Universitaria, Santiago, 1996.
- González Colville, Jaime. *Asociación de industriales del centro, Asicent 70 años*, Talca, 2009.
- Halperin, T. *Historia económica de América Latina, desde la independencia a nuestros días*, ed. Crítica, España, 2002.
- Heisse, Julio. *150 años de evolución institucional*, ed. Universitaria, Santiago, 1996.
- Izquierdo, Gonzalo. *Historia de Chile*, tomo II, ed. Andrés Bello, Santiago, 1994.
- Izquierdo, Gonzalo. *Historia de Chile*, tomo III, ed. Andrés Bello, Santiago, 1994.
- Larroulet, Cristián. (1991). *La experiencia chilena: soluciones privadas a los problemas públicos*. Santiago: Instituto Libertad y Desarrollo.
- Martner, Daniel. *Política comercial chilena e historia económica nacional*, Imprenta Universitaria, Santiago, 1923.
- Mayorga Carvajal, Patricia y otras. *Conservera Pentzke, cien años dando frutos*, 2006.

- Millar Carvacho, René. *Políticas y teorías monetarias en Chile 1810-1925*, ed. Universidad Gabriela Mistral, Santiago, 1994.
 - Palma, Gabriel. *Chile 1914 a 1935: de economía exportadora a sustitutiva de importaciones*, Colección de Estudios Cieplan nº 12, marzo 1984, pág. 61-88.
 - Salazar, Gabriel. *Mercaderes, empresarios y capitalistas (Chile siglo XIX)*, ed. Sudamericana, Santiago, 2009.
 - Scully, Timothy (1992). *Los partidos políticos de centro y la evolución de política chilena*. Santiago.
 - Vial, Gonzalo. *Historia de Chile*. Ed. Universitaria, Santiago, 1996.
 - Villalobos, Sergio. *Los comienzos de la historiografía económica de Chile 1862-1940*, ed. Universitaria, Santiago, 1981.
 - Villalobos, Sergio y Sagrado, Rafael. *Ensayistas proteccionistas del siglo XIX*, ed. Dirección de Archivos y Museos, Santiago 1993.
 - Wisecarver, Daniel. *El modelo económico chileno*, Instituto de Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 1993.
2. Revistas
- Agosin, Manuel. *Comercio y crecimiento en Chile*. En revista de la Cepal 68, agosto, 1999, Departamento de Economía de la Universidad de Chile, pág. 79 a 100.
 - Estrada Turra, Baldomero. *La colectividad británica en Valparaíso durante la primera mitad del siglo XX*, Historia nº 39, vol. I, enero-junio 2006, ed. Pontificia Universidad Católica de Chile, pág. 65-91.
 - Barahona, Pablo. *Chile en el último cuarto de siglo, visión de un economista liberal*.
 - Barahona, Pablo. *Desarrollo y estabilidad, una interpretación histórica*.
 - Cáceres, Carlos. *La vía chilena a la economía de mercado*.
 - Couyoumdjiam, Juan Ricardo, *El alto comercio de Valparaíso y las grandes casas extranjeras, 1980-1930. Una aproximación*, en Historia, vol. 33, Instituto de Historia, Pontificia Universidad Católica de Chile, 2000, pág. 63-99.
 - French-Davis, Ricardo. *Una evaluación del modelo económico*.
 - Harbeger, Arnold, *Memorandum sobre la economía chilena*.
 - Larraín, Felipe y otros. *El ciclo económico en Chile en el último medio siglo*.
 - Morandé, Felipe y Noton, Carlos. *La conquista de la inflación en Chile*.
 - Ruiz, Reinaldo. *Los fundamentos económicos del programa de gobierno de la unidad popular a 35 años de su declaración*. En Universium vol. 20, nº 1, Talca, 2005.
 - Zavala, Ricardo. *Inversión extranjera directa en Chile, 1954-1966*.
3. Internet
- www.mermoriachilena.cl
 - www.cepchile.cl

BUSINESS COURSES

ECONOMÍA INTERNACIONAL

ECO 225 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

La formación de nuevos negocios debe considerar, como uno de sus componentes principales, el entorno económico donde se desarrolla el proceso de formación de empresarios. La comprensión de los fenómenos económicos, por lo tanto, se vuelve una herramienta fundamental para la toma informada de riesgos y la detección de oportunidades de negocios. Tener y aplicar una estructura analítica coherente que permita considerar estos fenómenos es claramente una ventaja competitiva.

OBJETIVOS

1. El objetivo del curso es desarrollar una comprensión analítica de los fenómenos económicos fundamentales de la economía internacional.
2. Para lograr este objetivo el curso considera el funcionamiento macroeconómico de una economía abierta, y de las políticas de estabilización económica bajo diversos escenarios. Para ello profundizaremos en la determinación del tipo de cambio y de diversos regímenes cambiarios, y revisaremos elementos claves de la historia económica reciente que dan su configuración al escenarios económico global de hoy.
3. Elaboraremos un modelo básico para comprender las ganancias del comercio y las ventajas comparativas. Finalmente, analizaremos los pilares fundamentales de la política económica chilena actual, buscando comprender cómo su interrelación sustenta la inserción de nuestro país en la economía mundial.

METODOLOGÍA

1. El curso se desarrolla tanto a través de clases expositivas del profesor como también a través de la activa participación de los alumnos en la discusión periódica de los temas vistos en clases.
2. Se realizarán ayudantías que permitan a los alumnos reforzar los conceptos, temas y problemas vistos en clases.

CONTENIDOS

1. Tipo de cambio y macroeconomía en una economía abierta.
 - Contabilidad nacional y balanza de pagos.
 - Tema: cómo se mide la actividad económica; principales variables económicas.
 - El tipo de cambio y el mercado de divisas. Enfoque de activos.
 - Tema: introducción a los mercados cambiarios. Riesgo y liquidez.
 - Equilibrio en el enfoque de activos para determinación del tipo de cambio nominal de corto plazo.
 - El mercado monetario y el tipo de cambio.
 - Tema: interacción entre los mercados cambiario y monetario en el corto plazo.
 - Los precios y el tipo de cambio a largo plazo.

- Tema: relaciones de equilibrio de largo plazo, con flexibilidad de precios. Definiciones básicas.
 - Enfoque monetario para el tipo de cambio.
 - Tipo de cambio nominal y real en el largo plazo.
 - Producto nacional y tipo de cambio de corto plazo.
 - Tema: la demanda agregada y el tipo de cambio. Equilibrio en el mercado de activos.
 - IS-LM y DD-AA.
 - Políticas de estabilización en el corto plazo.
 - Intervenciones en el mercado de divisas.
 - Tema: fijación de tipo de cambio y otros sistemas cambiarios.
 - Políticas macroeconómicas bajo tipo de cambio fijo.
2. Política macroeconomía internacional.
- El sistema monetario internacional: ¿cómo llegamos a la actualidad?
 - Tema: el sistema monetario internacional bajo el patrón oro.
 - Bretton Woods.
 - Flexibilidad cambiaria versus tipo de cambio fijo.
 - Áreas monetarias óptimas.
 - Tema: definiciones y ejemplos concretos.
 - Modelo de Mundell para áreas monetarias óptimas.
 - Tópicos adicionales.
 - Tema: temas adicionales sobre el funcionamiento de la economía global. Crisis recientes.
 - Modelo de Mundell para áreas monetarias óptimas.
3. Luces de la teoría del comercio internacional.
- Tema: ventajas absolutas y comparativas. Modelo de Ricardo.
 - Modelo de Ricardo con múltiple bienes.
4. Pilares de la política macroeconómica chilena (clases restantes).
- Políticas monetaria, cambiaria, fiscal y comercial de Chile.

EVALUACIÓN

- Controles y/o tareas (25%)
- Prueba 1 (25%)
- Prueba 2 (25%)
- Examen (35%)

BIBLIOGRAFÍA

- Krugman, P. y Obstfeld, M. (2006). *Economía internacional*, 7ª edición, Editorial Addison Wesley.

MACROECONOMÍA

ECO 224 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

En este curso se profundizará sobre el estudio de las fluctuaciones cíclicas de la economía. Se entrará en temas relativos al comportamiento del consumo, la inversión, la conducta de la política fiscal y monetaria, el equilibrio de oferta y demanda, las fluctuaciones del pib y la inflación. El curso buscará relacionar los temas analizados con la actualidad nacional y mundial, así como con el conjunto de políticas macroeconómicas.

El curso requiere que los alumnos cuenten con una capacidad de razonamiento económico de nivel básico (pero correcto) y que dominan los conceptos fundamentales de la economía. Además debieran dominar algunas herramientas matemáticas relacionadas con el uso de funciones como su significado, representación gráfica, tasa de cambio de una función y su pendiente (tanto gráfica como matemáticamente). El conocimiento de herramientas básicas de cálculo (derivadas simples, lagrangeano) es necesario y será cubierto durante la primera parte del curso.

OBJETIVOS

El objetivo final del curso es que los alumnos aprendan macroeconomía con rigor e intuición. Así, al final del semestre el alumno tendrá una comprensión más acabada del comportamiento agregado de la economía. El curso es a su vez base para estudios más avanzados en macroeconomía.

METODOLOGÍA

1. El curso se desarrolla tanto a través de clases expositivas del profesor como también a través de la activa participación de los alumnos en la discusión periódica de los temas vistos en clases.
2. Se realizarán ayudantías que permitan a los alumnos reforzar los conceptos, temas y problemas vistos en clases.

CONTENIDOS

1. La macroeconomía
 - Introducción
 - La teoría macroeconómica
 - Fluctuaciones de corto plazo
 - Identidades nacionales
 - Importancia del crecimiento
 - Costo de la vida e inflación
 - Beneficios y costos de la inflación
 - Ajuste de variables por inflación
2. La demanda agregada
 - Consumo
 - La función consumo keynesiana
 - La restricción presupuestaria intertemporal
 - Modelo de dos períodos

- Teoría del ciclo de vida e ingreso permanente
 - Inversión
 - La demanda por capital
 - La tasa de interés y el costo de uso del capital
 - Teoría q y evaluación de proyectos
 - Impuestos
 - La función de demanda agregada
 - El modelo keynesiano
 - La curva IS
3. El dinero y las tasas de interés
- Dinero e inflación
 - ¿qué es el dinero?
 - Teoría cuantitativa del dinero
 - La demanda por dinero
 - La oferta de dinero y la política monetaria
 - Política monetaria y la curva de retorno
 - Señoreaje
 - La LM y las reglas de política monetaria
 - La curva LM
 - Las reglas de política monetaria
 - El equilibrio IS-LM bajo diferentes tipos de políticas
4. La oferta agregada de corto plazo
- El mercado de trabajo
 - Determinación de los salarios y de los precios
 - La tasa natural de desempleo
 - La curva de Phillips
 - La evidencia empírica
 - Expectativas, indexación y el mercado el trabajo
 - El equilibrio a corto y mediano plazo
 - Los efectos de las políticas económicas a corto y a mediano plazo
 - La producción, el desempleo y la inflación
5. La economía abierta
- La apertura de los mercados de bienes
 - El tipo de cambio nominal y real
 - Exportaciones e importaciones
 - La cuenta corriente
 - Los aranceles
 - Términos de intercambio y la cuenta corriente (curva J y Marshall-Lerner)
 - La apertura de los mercados financieros
 - La balanza de pagos
 - Tasas de interés externas e internas
 - Paridad de tasas de interés
 - Imperfecta movilidad de capitales

- Equilibrio externo
 - Tipo de cambio real de equilibrio
 - La teoría de Balassa-Samuelson
 - Sustentabilidad de la cuenta corriente
 - La visión intertemporal de la cuenta corriente
 - Los sistemas cambiarios
 - Regímenes cambiarios
 - Crisis cambiarias y tipo de cambio fijo
 - Fluctuaciones cambiarias con tipo de cambio variable
 - Áreas monetarias comunes, caja de conversión y dolarización
6. Equilibrio macroeconómico en economía abierta
- El modelo IS-LM de economía abierta
 - La curva IS en una economía abierta
 - La curva LM en una economía abierta
 - El equilibrio IS-LM en una economía abierta
 - Los efectos de las políticas económicas en el corto y mediano plazo
 - El enfoque moderno: un asomo
 - La curva de Phillips de economía abierta
 - La demanda agregada y la regla de Taylor
 - El modelo DA/RPM/CPH para economía abierta
 - Los efectos de las políticas económicas en el corto y mediano plazo
7. El crecimiento económico
- El modelo de Solow de crecimiento de largo plazo
 - Teorías recientes del crecimiento económico
 - Las fuentes microeconómicas del crecimiento económico

EVALUACIÓN

- 3 controles de lectura (20%)
- 2 pruebas (50%)
- Examen final (30%)

BIBLIOGRAFÍA

- Blanchard, O. *Macroeconomía*. Cuarta edición, Pearson Prentice Hall.
- Barro, R. (1997). *Macroeconomics*. Mit Press.
- Blanchard, O. y D. Pérez (2000). *Macroeconomía. Teoría y política. Económica con aplicaciones a América Latina*, Prentice Hall.
- Larraín, F. y J. Sachs (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Segunda edición. Prentice Hall.
- Mankiw, G. (2000). *Macroeconomics, fourth edition*. Worth Publishers.

ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

ECO 213 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Este curso se orienta a la comprensión de la conducta estratégica de las empresas, principalmente en mercados que se encuentran entre los extremos de la competencia perfecta y el monopolio. Para alcanzar este objetivo, partiremos dando dos pasos desde lo que hemos estudiado en los cursos de introducción a la economía y microeconomía:

Pasaremos del análisis de la competencia perfecta al estudio de la competencia imperfecta basada en estrategias empresariales;

Pasaremos de la comprensión del monopolio al estudio de la conducta de las firmas cuando usan su poder de mercado contra consumidores y competidores.

La clase tendrá una orientación hacia la conexión de la teoría con la práctica. Para ello se utilizarán ejemplos, casos y experiencias que permitan al estudiante encontrar respuestas a preguntas tales como: ¿qué pueden hacer las empresas en los mercados muy competidos?, ¿qué opciones tienen las firmas cuando sus movimientos están limitados porque los consumidores pueden sustituir fácilmente sus productos?, ¿es el mercado de telefonía móvil poco competitivo por el hecho de estar dominado por pocos actores?, ¿por qué fue bloqueada la fusión entre D&S y Falabella?, ¿cómo la variedad de planes o esquemas tarifarios mejoran la eficiencia en la asignación de recursos?, ¿es aceptable que LAN bloquee la entrada de PAL Airlines al mercado de transporte aéreo entre Santiago y Córdoba?, ¿debería bloquearse la fusión entre LAN y TAM o existen otros medios para evitar que esta fusión tenga efectos negativos para la competencia y los consumidores?

OBJETIVOS

Generales:

El objetivo central de este curso es que el estudiante comprenda los fundamentos microeconómicos, la conducta estratégica de las empresas en mercados que se encuentran entre los extremos de la competencia perfecta y el monopolio, y cómo la regulación puede mitigar los potenciales efectos negativos de esta. Todo esto, teniendo como marco a la economía chilena, en un ambiente de una globalización cada vez mayor.

Específicos:

Reconocer los retos que la competencia le genera a las empresas.

Entender otras formas de competencia entre las empresas, diferentes a la competencia en precios.

Entender los fundamentos económicos de las estrategias de fijación de precios y sus aplicaciones en el ámbito de los negocios.

Comprender la dinámica de la creación de ventajas competitivas y la erosión de estas.

Entender los objetivos de la política regulatoria, su institucionalidad, sus consecuencias y sus posibilidades de obsolescencia.

Aplicar la teoría de la organización industrial a decisiones estratégicas de negocios.

Al final del curso el estudiante habrá adquirido la capacidad de utilizar las herramientas entregadas en este curso para identificar opciones estratégicas de las empresas en un ambiente de competencia imperfecta, y para comprender las motivaciones de la regulación y sus efectos sobre los mercados y el bienestar de los consumidores.

METODOLOGÍA

1. La metodología de trabajo del curso combina el análisis formal de los modelos de comportamiento estratégico de las empresas (discriminación de precios, diferenciación de productos, publicidad, interdependencia estratégica) con la discusión de casos de negocios, ejemplos y experiencias regulatorias con relevancia local. La idea es que el curso permita el manejo del instrumental económico y al mismo tiempo fomente una visión práctica y aplicada.
2. El curso se basa en dos textos guía y un conjunto de lecturas complementarias (artículos cortos).
3. El curso requiere el dominio por parte del alumno del instrumental aprendido en microeconomía. Asimismo, se requiere de un conocimiento de herramientas básicas de cálculo.

CONTENIDOS

1. Competencia y poder de mercado
 - La empresa y la dinámica competitiva: la insostenibilidad de beneficios
 - La empresa y la dinámica competitiva: la elasticidad de la demanda
 - Retos empresariales de la competencia perfecta: diferenciación y barreras a la sustituibilidad
 - Definición del mercado y poder de mercado: una introducción
2. Estrategias en mercados monopólicos
 - Monopolio monoproducción
 - Monopolio multiproducción
3. Fuentes de poder de mercado
 - Diferenciación de productos: vertical y horizontal
 - Inercia y costos de cambio de proveedor
 - Publicidad
4. Estrategias de fijación de precios
 - Discriminación (1º, 2º y 3º grado)
 - Tarifa en dos partes
 - Ventas atadas (bundling)
 - Estrategias avanzadas de discriminación de precios: revenue management, adaptive pricing
5. Comportamiento estratégico, oligopolios
 - Conceptos básicos sobre teoría de juegos (estrategias, equilibrio de Nash, equilibrio perfecto en el sub juego)
 - Teoría estática del oligopolio
 - Modelos de Cournot / Bertrand
 - Extensión: diferenciación de productos (horizontal / vertical)
 - Modelos secuenciales: Stackelberg
 - Juegos repetidos
 - Modelos dinámicos de oligopolio y colusión
6. La empresa, la integración y las relaciones verticales
 - Determinantes del tamaño de la firma
 - Costos de transacción

- Activos específicos
 - Comportamiento específico
 - Análisis de la integración vertical
7. Temas avanzados en competencia
- Barreras de entrada y conductas predatorias
 - Concentración de mercados y competencia
 - Hipercompetencia: creación y erosión acelerada de ventajas competitivas
 - Acción legal y conductas indeseables: casos de colusión
 - Institucionalidad de la política de competencia en Chile
8. Economía de la regulación
- Breve historia de la evolución de la regulación: información perfecta, información asimétrica e incentivos regulatorios
 - La demanda por regulación: economía política y búsqueda de rentas
 - Competencia por el mercado
 - Hipercompetencia y regulación
 - Regulación en la práctica en Chile

EVALUACIÓN

- 3 controles (10%: se promedian solo las 2 mejores notas)
- Prueba 1 (20%)
- Prueba 2 (30%)
- Examen (40%)

BIBLIOGRAFÍA

- Pepall, Richards y Norman. *Organización industrial*. Capítulos 2 y 3.
- Church y Ware. *Industrial organization: a strategic approach*. Páginas 21-25.
- Chevalier, J. *When it can be good to burn your boats*. En *Mastering Strategy*.
- Crandall, Robert y Clifford Winston. *Does antitrust policy improve consumer welfare? Assessing the evidence*. *The Journal of Economic Perspectives*, 17(4), Fall 2003, 3-26.
- D`Aveni, R. *Hypercompetition*, introducción y capítulo 6.
- McAfee, Preston, H. Mialom y M. Williams (2004) *What is a barrier to entry*. *The American Economic Review*, papers and proceedings, 94(2), 461-465.
- Pepall, Richards y Norman. *Organización industrial*. Capítulos 12 y 13.
- Sutton, J. *Sunk costs and market structure*. Capítulo 1.
- The Economist (1998). *Trustbuster's new tools*.
- Viscusi, Vernon y Harrington. *Economics of regulation and antitrust*. Páginas 75-88.
- Church y Ware. *Industrial organization: a strategic approach*. Páginas 130-144.
- Arellano, S., Serra, P. (2005). *Apuntes de regulación*. Capítulos 3 y 4.
- D`Aveni, Richard, *Hypercompetition*. Apéndice.
- Fisher, R. y Serra P. (2002). *Evolución de la regulación de las telecomunicaciones en Chile*, *Perspectivas*, vol. 6 nº1.
- Fischer, R., González, P., Serra, P. (2006). *Does competition in privatized social services work? The Chilean experience*. *World Development*, vol. 34, nº. 4, pp. 647-664.

- Galetovic, A., Sanhueza, R. (2002). *Regulación de servicios públicos: más transparencia para emular a la competencia*. Punto de Referencia 254, Centro de Estudios Públicos.
- Paredes, R. *Regulación económica en Chile: la opción por un enfoque no estructural*. En “La transformación económica de Chile”, F. Larraín y R. Vergara, eds. Centro de Estudios Públicos, 1999.
- Tarzijan y Paredes. *Organización industrial*. Capítulo 21: Regulación de monopolios y política antimonopolios.
- Stigler, G. (Spring 1971). *The theory of economic regulation*. Bell Journal of Economics.
- Alchian, A. y Demsetz H. *Production, information costs, and economic organization*. American Economic Review 62(5), 1972, 777-795.
- Brickley, Smith y Zimmerman. (2005). *Economía empresarial y arquitectura de la organización*. McGraw-Hill. Capítulo 19.
- Coase, R. (1937). *La naturaleza de la firma*.
- Klein, B. (1996). *Why hold-ups occur: the self-enforcing range of contractual relationship*. Economic Inquiry. Páginas 444-463.
- Klein, B., Saft, L. *The law and economics of franchise tying contracts*, Journal of Law and Economics (28), 5/1985, 345-361.
- Joskow, Paul (1987). *Contract duration and relationship-specific investment: empirical evidence from coal markets*. American Economic Review 77: 168-85.
- Lira, L. (2005) *Cambios en la industria de supermercados*. Estudios Públicos.
- Pepall, Richards y Norman. *Organización industrial*. Capítulos 18 y 19.
- Sapelli, C. (2006). *Las organizaciones híbridas y el mercado minorista de la gasolina*. En Arellano y Valdés: “La industria de los combustibles líquidos: el caso de Chile”.
- Pepall, Richards y Norman. *Organización industrial*. Capítulos 7, 9, 10 y 14.
- Rao, Bergen y Davis. (marzo - abril 2000). *How to fight a price war*. Harvard Business Review.
- Spar, Debora. (2006). *Continuity and change in the international diamond market*. Journal of Economic Perspectives. Vol 20, nº 3, 195-208.
- Newsday. *My rush sparked a price war*. Agosto 2004.
- The Economist. *Silent orchestration*. Marzo 2007.
- The Economist. *Race to confess*. Agosto 2008.
- Baker, Marn y Zawada. (2011). *Price smarter on the web*. Harvard Business Review.
- Harford, T. *Lo que los supermercados no quieren que sepa*. En: “El Economista Camuflado”.
- Cross, R. (1997) *Revenue management*, capítulo 5, “The RM revolution”.
- Pepall, Richards y Norman. *Organización industrial*. Capítulos 5 y 6.
- Shapiro, C. y Halvarian. (2001). *El dominio de la información*. Capítulo 3, “Versionar la información”, Antoni Bosch Editor.
- The Economist (mayo 2002). *New thinking on pricing strategies*.
- The Economist (octubre 2009). *E pluribus unum*.
- Belleflamme y Peitz. *Industrial organization: markets and strategies*. Capítulos 5 a 7.
- Tarziján y Paredes. *Organización industrial*. Capítulo 9.

FINANZAS I

FIN 301 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Finanzas I entrega una amplia introducción a la disciplina de finanzas desde una perspectiva de la empresa. En este curso el énfasis está puesto en desarrollar una comprensión del potencial de aplicaciones de herramientas financieras en la toma de decisiones en la empresa, integrando conceptos desarrollados en otras disciplinas de la administración y economía.

OBJETIVOS

Por ser el primer curso de la línea de finanzas, este tiene como objetivo proporcionar a los alumnos:

1. Herramientas y conceptos fundamentales de finanzas corporativas.
2. Un marco conceptual para el análisis y la planificación financiera.
3. Un acercamiento a la administración del capital de trabajo y a su financiamiento tomando en consideración la estrategia operativa de la empresa.
4. Una comprensión de cómo la evolución de algunas variables económicas y cambios regulatorios pueden impactar a la empresa.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla a través de clases expositivas por parte del profesor y a través de una activa participación, tanto en relación a la materia que se esté pasando como con el uso de casos.

Los casos deben ser preparados por grupos. El profesor determinará el número de alumnos por grupo de acuerdo al tamaño del curso. Cada grupo deberá entregar un breve resumen de la "solución" del caso, en no más de cuatro carillas, más anexos. El profesor, en forma aleatoria, elegirá algún grupo para exponer cada caso.

Se realizarán ayudantías que permitan a los alumnos reforzar los conceptos, temas y problemas vistos en clases.

CONTENIDOS

1. Introducción: fundamentos y campo de la administración financiera
2. Estados financieros
3. Flujo de efectivo
4. Ejercicios sobre estados financieros
5. Valor del dinero en el tiempo
6. Anualidades
7. Perpetuidades
8. Interés simple, interés compuesto, interés efectivo, interés continuo
9. Interés real, nominal y efectivo
10. Introducción a valuación de acciones
11. Oportunidades de crecimiento, modelo de crecimiento de dividendos, razón precio-utilidad
12. Introducción a valuación de bonos
13. Estructura temporal de la tasa de interés, tasas spot e hipótesis sobre determinación de tasas de interés
14. Presupuesto de capital

15. Criterios de evaluación alternativos al VPN
16. Identificación de los flujos relevantes: flujos de efectivo incrementales. Ejemplo: Baldwin Company
17. Identificación de los flujos relevantes: inflación y presupuesto de capital
18. Caso: Robert Montoya
19. Evaluación de proyectos: inversiones con vidas desiguales
20. Análisis financiero. Razones financieras: solvencia a corto plazo, actividad o eficiencia
21. Caso: Tire City, Inc.
22. Razones financieras: apalancamiento financiero, rentabilidad, valor
23. Planificación financiera: importancia de la planificación. Análisis de Du Pont
24. Estados financieros pro forma
25. Planificación financiera de corto plazo: caja y capital de trabajo neto
26. Planificación financiera de corto plazo: ciclo operativo y ciclo del flujo de caja
27. Presupuesto de caja: flujo de salida de caja, plan financiero a corto plazo
28. Caso tarea: Clarkson Lumber
29. Administración de caja: motivos para mantener caja, modelos de determinación del saldo meta de caja
30. Administración de caja: administración de la cobranza y el desembolso de caja, inversión de la caja ociosa
31. Administración de crédito: términos de la venta, decisión de otorgar crédito
32. Administración de crédito: política de RWJ, crédito óptima, análisis de crédito, política de cobranza
33. Valuación por múltiplos: RPU; Precio a flujo de caja; otros

EVALUACIÓN

- Prueba 1 (37,5%)
- Prueba 2 (37,5%)
- Participación en clases (15%)
- Controles de lectura (10%)

BIBLIOGRAFÍA

- Ross, Westerfield y Jaffe. (2006). *Finanzas corporativas*, séptima edición, Editorial McGraw-Hill.
- CFA Institute (2010), level I (L1); level II (L2).
El grado de CFA cada vez está siendo más considerado por los empleadores de las instituciones financieras, ya que ante la gran cantidad de MBA, doctorados, y magísteres que tienen niveles muy heterogéneos, es más objetivo medir los conocimientos financieros a través de una prueba estándar, como el CFA, que es la misma para todos. Es más, para algunos trabajos en USA el grado de CFA es un requisito, y en Chile algunas empresas les están exigiendo a sus empleados que rindan y aprueben el CFA.

FINANZAS II

FIN 302 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Finanzas II profundiza problemas financieros aplicados a la empresa tales como decisiones de inversión y financiamiento. Además, estudia diversos instrumentos financieros tales como instrumentos derivados. Finalmente, analiza la forma en que agentes toman decisiones bajo incertidumbre. Es así que en este curso se enfatizan diversos aspectos técnicos que permiten potenciar la toma de decisiones financieras en la empresa, integrando conceptos desarrollados en otras disciplinas de la administración y economía. Una buena comprensión de los tópicos cubiertos en Finanzas II permitirá una sólida base para aquellos alumnos que decidan proseguir su formación en finanzas en el Magíster en Finanzas.

El nivel matemático requerido en Finanzas II es mayor que el requerido para Finanzas I. Finanzas II requiere conceptos de Cálculo I tales como derivadas simples y parciales y sus aplicaciones en optimización. De Álgebra Lineal se requieren los conceptos de representación matricial de un conjunto de datos, operación con matrices, representación matricial de varianza y covarianza. Estadística I proveerá los fundamentos para trabajar con variables aleatorias para modelar la incertidumbre.

OBJETIVOS

Entender las decisiones de las personas bajo incertidumbre. Comprender el proceso de formación de precios de los activos financieros. Entender los factores que determinan las decisiones de inversión y financiamiento de las empresas.

Entender los factores que determinan la política de dividendos de las empresas. Introducir los principios básicos de los principales instrumentos derivados.

METODOLOGÍA

1. El curso se desarrolla a través de clases expositivas por parte del profesor y a través de una activa participación de los alumnos, tanto en relación a la materia que se esté pasando como en el uso de casos.
2. Para cada uno de los temas a ser vistos en clases, se ha asignado lecturas que deben ser leídas antes de cada clase. También, en las sesiones indicadas previamente por el profesor, se asignarán preguntas de estudio relacionadas con un caso. Una parte de la sesión estará dedicada a la discusión de estas preguntas y al material contenido en el caso.
3. Los casos deben ser preparados por grupos. El profesor determinará el número de alumnos por grupo de acuerdo al tamaño del curso. Cada grupo deberá entregar un breve resumen de la "solución" del caso. El profesor, en forma aleatoria, elegirá algún grupo para exponer cada caso.
4. Adicionalmente, se asignarán ejercicios del texto base, los cuales los alumnos deberán resolver y llegar a clases preparados para presentar la solución de los ejercicios ante el curso. Los ejercicios se utilizarán para desarrollar discusiones e incentivar la participación en clases.

CONTENIDOS

1. Introducción
2. Comportamiento humano y actitud ante el riesgo costo de capital

3. Teoría de inversiones: introducción a la teoría de portafolios riesgo y rendimiento esperado (acciones y deuda)
4. Diversificación, coeficiente de correlación
5. Frontera de mínima varianza
6. Frontera eficiente y equilibrio de Markowitz
7. Alocación vs. selección de activos
8. Modelo de valorización de activos (CAPM): Betas
9. Línea de mercado de capitales y línea de mercado de valores
10. CAPM en la práctica modelo multifactorial costo del capital, WACC
11. Introducción a teoría de mercados eficientes
12. Definición de mercado eficiente
13. Tipos de eficiencia de mercado problema de la prueba conjunta prueba conjunta de eficiencia de mercado y retornos esperados positivos primeras pruebas del CAPM (década del 70).
14. Comienzan a descubrir las llamadas “anomalías” (década de los 80): ¿ineficiencias de mercado o CAPM mal especificado? Importancia para manejo de portafolios: activo versus pasivo (¿se le puede ganar al mercado con buenos analistas?)
15. ¿Qué se necesita para que un mercado sea eficiente? Mercados ineficientes: introducción a análisis fundamental, introducción a behavioral finance, e introducción a análisis técnico
16. Estructura de capital, y evaluación de empresas y proyectos Modigliani y Miller: con y sin impuestos
17. Miller: impuestos personales
18. Costos de quiebra, costos de agencia
19. Asimetrías de información: Signaling y Peckingorder
20. Valoración de empresas
21. Evaluación de proyectos en la práctica
22. Aplicaciones
23. Política de dividendos: ¿existe una política óptima? Impuestos, efecto clientela, costos de transacción, signaling
24. Aplicaciones
25. Conceptos básicos de opciones y futuros forward y futuros de moneda
26. Opciones
27. Opciones: relación de paridad put-call
28. Gestión de riesgo en la práctica

EVALUACIÓN

- Prueba 1 (20%)
- Prueba 2 (20%)
- Examen (40%)
- Participación en clases (10%)
- Tarea / trabajos (10%)

BIBLIOGRAFÍA

- Ross, Westerfield y Jaffe (2009). *Finanzas corporativas*. McGraw-Hill Interamericana.
- Copeland, Weston y Shastri. *Financial theory and corporate policy*. Cuarta edición (inglés). Pearson Addison Wesley.

- Lecturas CFA.
- Fama. E. *Foundations of finance*.
- Casos:
 - Marriott Corporation, the cost of capital
 - Cooper Industries
 - E.I. Du Pont de Nemours and Company
 - Sampa Video, Inc.
 - Pioneer Petroleum Corporation
 - Telecommunications Services, Inc.
 - American Chemical Corporation
 - Hamburger Heaven

MARKETING I

MKT 301 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El incremento en la complejidad del entorno y el rápido cambio tecnológico, económico, social y competitivo ha conducido a las empresas a crear en primer lugar y luego a reforzar seguidamente la función de marketing. “Marketing es la actividad, conjunto de instituciones, y procesos que tienen como objetivos crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que poseen valor para los clientes, socios, organización, y para la sociedad en general” (American Marketing Academy, 2007).

Un análisis de la definición presentada en el párrafo anterior nos da cuenta de que en la actualidad el marketing es considerado un aspecto fundamental del funcionamiento de cualquier organización, debido a que está en el centro de la razón de ser de estas, entrega valor a sus clientes, y genera beneficios para sus propietarios, colaboradores y para la sociedad en general.

El curso Marketing I brinda las habilidades y herramientas para el desarrollo e implementación de estrategias de marketing de vanguardia, que cumplan con los objetivos centrales que son la orientación al cliente y la optimización de los procesos comerciales.

OBJETIVOS

El curso Marketing I tiene como objetivo preparar ejecutivos y emprendedores de primer nivel, capaces de desarrollar una mentalidad analítica y crítica, diagnosticar problemas y aportar con soluciones creativas e innovadoras y fundamentadas al quehacer de la organización.

Al término de la asignatura, las alumnas y alumnos serán capaces de:

1. Describir los conceptos esenciales del marketing.
2. Conocer la naturaleza, ámbito y significado de la función del marketing en la empresa.
3. Analizar los factores del entorno que inciden en el manejo de las estrategias de marketing.
4. Comprender la importancia de la investigación de mercados para las diversas decisiones de marketing.
5. Segmentar los mercados para responder con mayor efectividad a las necesidades de los consumidores.
6. Conocer el proceso de decisión de compra de los consumidores y la forma de brindar valor.
7. Contribuir al desarrollo de una actitud profesional por parte del alumno.

8. Plantear e implementar estrategias proactivas con un gran nivel de conciencia social y ecológica contribuyendo al bienestar de la comunidad.

METODOLOGÍA

1. Exposición teórica.
2. Clases participativas. Se espera el aporte activo de las alumnas y alumnos.
3. Actividades en grupo/ talleres.
4. Análisis y discusión de casos. Los diferentes grupos que se conformen en el curso tendrán que entregar la solución de los casos al inicio de la sesión correspondiente. Uno a tres grupos serán sorteados para exponer; la nota de presentación y de solución del caso serán promediadas.
5. Se efectuarán controles de lectura, con el objetivo de inducir a que pregunten sus dudas durante la clase, lo cual les permitirá interiorizar y relacionar los principales conceptos.
6. Se calificarán tareas individuales sobre temas de actualidad relacionados con los contenidos que se están desarrollando en clases. Se valorará positivamente la calidad del contenido de los trabajos, la documentación aportada, la buena presentación, la contribución de ideas personales, la claridad y originalidad de las conclusiones.
7. Las pruebas cumplen con el objetivo de evaluar la capacidad de aplicar lo vertido en clases y las lecturas correspondientes al desarrollo de un tema relacionado con marketing.

CONTENIDOS

- Presentación del curso
- ¿Qué es el marketing?
- Evolución del concepto de marketing
- Necesidad, deseos y demanda
- Ética y responsabilidad social en el marketing, casos concretos
- Método de caso (repaso)
- Video: Starbucks
- Planeación estratégica de marketing
- Ventaja competitiva
- Diseño de cartera de negocios
- Importancia del plan de marketing
- Caso 1: new balance: developing an integrated CSR strategy 2010.
- El entorno del marketing
- Factores del macroambiente
- Factores del microambiente
- Dominios del comercio electrónico
- Video: Amex
- Determinación de las necesidades de información
- Los pasos de una investigación de mercado
- Sistemas de información de marketing
- Análisis de la información
- Video: Wild Planet
- Estimación y proyección de la demanda
- Estimación de la demanda actual y potencial

- Estimación de la demanda futura
- Se realizan ejercicios prácticos
- Comportamiento del consumidor y de los mercados de negocios
- El comportamiento de compra de los consumidores
- Comportamiento de compra de mercados de negocios
- Video: Sony Metron
- Segmentación de mercado y posicionamiento
- Segmentar un mercado y seleccionar el target
- Segmentación de mercados industriales
- Requisitos para una segmentación eficaz
- Cómo desarrollar una estrategia de posicionamiento para obtener una ventaja competitiva

EVALUACIÓN

- Primera prueba (20%)
- Segunda prueba oficial (30%)
- 1 trabajos en grupo, 2 tareas y 2 casos (25%)
- 8 controles de lectura (25%)

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. (2008) *Fundamentos de marketing*. Prentice Hall.
- Stanton, W.J.; Etzel, M.J.; Walker, B. (2007) *Fundamentos de marketing*, decimocuarta edición. McGraw- Hill Interamericana.
- Kotler, P. (2006) *Dirección de marketing*. Duodécima edición. Prentice Hall.
- Journal of Marketing Research - JMR.
- Journal of Marketing.
- Marketing News.
- Publimark - Revista de Marketing y Publicidad ABI.

MARKETING II

MKT 302 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El marketing en un nivel estratégico, está integrado por las decisiones de posicionamiento, portafolio y desarrollo de productos y debe ser definido con rigurosidad. Una estrategia comercial debe especificar con precisión las estrategias de comunicación, innovación, canales de distribución, precio, administración de la fuerza de ventas y satisfacción del cliente. El curso Marketing II se centra principalmente en los aspectos operativos del marketing. Se podrán integrar los conocimientos adquiridos en Marketing I (aspectos estratégicos) y Marketing II (aspectos operativos) en el desarrollo del plan de marketing. En el curso de marketing los alumnos aplicarán aquellas decisiones operacionales que más les ayuden a cumplir los objetivos estratégicos de la empresa. El curso les proporciona las herramientas necesarias para traducir conceptos de marketing en decisiones operacionales específicas, usando los recursos e información disponibles.

OBJETIVOS

Generales:

Ser capaz de relacionar los conceptos teóricos con la práctica del marketing real en las empresas.
Introducir el concepto de marketing estratégico dentro del contexto de la empresa y como filosofía de negocios.

Al final del curso el alumno estará en condiciones de comprender las variables del marketing estratégico y llevar adelante el desarrollo de un plan de marketing a partir de los conceptos teórico-prácticos impartidos en el curso.

Específicos:

Gestionar eficientemente productos/servicios de diversas categorías, así como tomar decisiones relativas a líneas y mezcla de productos.

Evaluar las distintas alternativas y estructuras de distribución de un producto/servicio, y conocer los aspectos básicos de la administración de la cadena de abastecimiento y logística.

Manejar las principales variables que afectan la fijación de precios, y las distintas políticas y tácticas asociadas en este ámbito.

Comprender el diseño de un plan de comunicaciones integrado de marketing.

Realizar un plan de marketing.

METODOLOGÍA

1. Exposición teórica.
2. Clases participativas. Se espera el aporte activo de las alumnas y alumnos.
3. Actividades en grupo.
4. Análisis y discusión de casos.

CONTENIDOS

- Repaso Marketing I
- Plan de marketing
- Estrategias de producto
- Estrategias de producto y servicio
- El desarrollo de nuevos productos
- Decisiones de línea de productos
- Decisiones de mezcla de productos
- Decisiones individuales de productos (atributos, marca, empaque, etiquetado, servicio de apoyo, responsabilidad social)
- Branding
- Las estrategias apropiadas para cada etapa del ciclo de vida del producto
- El product manager y el producto
- Marketing de servicios
- Característica de los servicios
- Estrategias de fidelización
- Determinación del costo en la fijación de precios, relación costo volumen, utilidad
- Estrategia de precios basadas en las necesidades de los clientes, el papel del valor para la fijación de precios
- Fijación de precios basado en la competencia

- La elasticidad de la demanda en relación a la fijación de precio
- Consideraciones éticas en la fijación de precio
- El dilema de los canales de distribución
- Diseño de canales de distribución
- Estructura de los canales de distribución: venta al detalle y al por mayor
- Administración de la cadena de abastecimiento y logística
- Merchandising
- Elementos promocionales: publicidad, relaciones públicas, ventas personales, promoción de ventas, marketing directo
- Criterios de selección de una herramienta promocional
- Desarrollo del programa de comunicación
- El marketing en la era digital
- Presentaciones planes de marketing

EVALUACIÓN

- Prueba oficial (20%)
- Examen (20%)
- Plan de marketing (30%)
- Controles de lectura y casos (30%)

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. (2008) *Fundamentos de marketing*. Prentice Hall.
- Stanton, W. J.; Etzel, M. J.; Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing*. Decimocuarta edición. McGraw-Hill.
- Kerin, B., Hartley, R. (2004) *Marketing*. Séptima edición. México. McGraw-Hill Interamericana.
- Solomon, M.; Stuart, E. W. (2001). *Marketing. Personas reales, decisiones reales*. Segunda edición. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2010). *Caótica: administración y marketing en tiempos de caos*, Norma.

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE OPERACIONES

MGT 350 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

La gestión de operaciones se refiere a aquellas prácticas y metodologías que permiten a una firma planificar, administrar y controlar la transformación de insumos en bienes y servicios. En este curso abordaremos la gestión de operaciones de forma amplia, partiendo desde una mirada introspectiva en que analizaremos los procesos que ocurren dentro de la firma, y convergiendo a una mirada global que busca comprender la relación con otras firmas en el contexto de la cadena de suministros. Durante el curso analizaremos distintos conceptos, tales como capacidad, productividad, stock, precio y demanda, y veremos cómo estos interactúan en determinar el éxito de una firma en sus procesos operacionales.

METODOLOGÍA

1. En la sala de clase se realizarán clases expositivas (tradicionales) donde el profesor enseñará los puntos principales de cada módulo. Estas clases se suplementarán con el análisis de casos, los que serán conducidos por los mismos alumnos, y con trabajos.
2. Fuera de la sala de clase, los alumnos deberán leer las notas y artículos complementarios. Junto a eso, deberán desarrollar ejercicios de distintos tipos.
3. La participación del alumno en las discusiones en clases son una importante herramienta de aprendizaje por lo cual se requiere el estudio del material correspondiente a cada clase en forma sistemática y continua por parte de los alumnos.

CONTENIDOS

1. Análisis de procesos
2. Programación lineal
3. Gestión de la cadena de suministros
4. Gestión de inventarios
5. Revenue management

EVALUACIÓN

- 2 controles teóricos (15%)
- 2 controles prácticos (15%)
- 2 pruebas (70%)

BIBLIOGRAFÍA

- Chacon, G., Trewiesch, C. (2009) *Matching supply with demand: an introduction to operations management*. Irwin / McGraw-Hill.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., Simchi-Levi. (2003) *Designing and managing the supply chain: concepts, strategies, and cases*. E. Irwin / McGraw-Hill.
- Chase, A., Jacobs. *Operations management for competitive advantage*. Irwin / McGraw-Hill.

GESTIÓN Y PERSONAS

MGT 214 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

La persona en el centro de la organización. ¿Se constata esto con frecuencia en el medio empresarial que nos rodea?

La gestión de recursos humanos, o “gestión de personas” (quizá más apropiado conceptualmente), ha retomado una importancia creciente durante los últimos años, en lo que a administración de organizaciones se refiere. El logro de metas organizacionales pasa por el liderazgo y la gestión coordinada de muchos recursos, entre los cuales el capital humano es un pilar fundamental.

Desde una mirada en donde las personas son los principales protagonistas para la consecución de los objetivos organizacionales, el curso pretende entregar a los estudiantes conocimientos actualizados y prácticos, así como técnicas y herramientas necesarias en conjunto para comprender el rol de una gerencia de personas, y la responsabilidad inherente a todo ejecutivo en

relación a la gestión de ellas. Asimismo, lo anterior debe complementarse con el conocimiento de cómo otras áreas organizacionales impactan la gestión de sus personas, y cuáles son los actuales desafíos que enfrenta esta disciplina para que sea un activo agente de cambio e innovación en las organizaciones.

El curso se dará desde la mirada del modelo de gestión por competencias, una tendencia actual y ambiciosa.

OBJETIVOS

Comprender la importancia estratégica de la gestión de recursos humanos en el éxito de las organizaciones.

Identificar, diagnosticar y proponer prácticas de la gestión de recursos humanos a situaciones organizacionales planteadas.

Dominar y aplicar el modelo de gestión por competencias en una organización chilena real.

METODOLOGÍA

1. El elemento esencial de este curso es la discusión en clase. Esta discusión comprenderá tanto las lecturas asignadas como los casos, de acuerdo a los temas correspondientes a cada sesión. Para estos efectos, es fundamental que el alumno lea y prepare el caso y las lecturas asignadas a la clase.

A través de los casos se busca que el alumno analice situaciones reales y aplique inmediatamente la materia que va aprendiendo, participando activamente en la clase.

2. Además se contemplan otro tipo de aplicaciones, como:

- Juegos
- Role playing
- Trabajos en equipo
- Análisis de películas
- Lectura y análisis de artículos de actualidad
- Presentaciones de alumnos

CONTENIDOS

1. El entorno y los desafíos de las organizaciones en la actualidad.
2. La organización y los modelos de gestión del capital humano.
3. Dirección estratégica de RRHH.
4. La gestión de RRHH por competencias conductuales.
5. La gestión de RRHH por competencias funcionales.
6. Implementación del modelo de GPC.
7. Reclutamiento y selección por competencias.
8. Comprender el proceso de reclutamiento y selección por competencias.
9. Evaluación de desempeño por competencias.
10. Capacitación y desarrollo por competencias.

EVALUACIÓN

- Prueba parcial (20%)
- Examen final (25%)
- Controles de lectura (15%)

- Trabajos en clase (25%)
- TCE (15%)

BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M (2007). *Cinco pasos para transformar una oficina de personal en un área de recursos humanos*. Argentina. Granica.
- Alles, M (2008). *Diccionario de competencias*. Argentina. Granica.
- Alles, M. (2008). *Diccionario de preguntas, gestión por competencias*. Argentina. Granica.
- Alles, M. (2008). *Dirección estratégica de recursos humanos, gestión por competencias*. Argentina. Granica.
- Alles, M. (2008). *Rol del jefe*. Argentina. Granica.
- Alles, M. (2008). *200 modelos de currículum*. Argentina. Granica.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento humano*. México. McGraw-Hill.
- Hatum, A. (2006). *Organizaciones que crecen*. Argentina. Temas
- Hatum, A. & Rivarola, A. (2007). *La carrera profesional, navegando entre sus dilemas*. Argentina. Granica.
- Ulrich, D. (1997). *Recursos humanos champions*. Estados Unidos: Harvard Business Press.

FUNDAMENTOS DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES

MGT 212 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Son muchos los ejecutivos que afirman que lo más importante en sus empresas son las personas que la integran. Sin embargo, esa afirmación muchas veces existe solo “de la boca para afuera” y las decisiones que se toman en la organización atentan contra un mejor desarrollo de sus personas y, por ende, contra una contribución mayor de los colaboradores hacia los objetivos de su organización. Trabajar con personas no es fácil y requiere de un aprendizaje constante.

Personas y organizaciones es un campo de estudio que busca entender el modo en que la gente se comporta en una organización y cómo dicho comportamiento afecta sus variables estructurales, tecnológicas y culturales (por citar algunas), afectando el desempeño de la misma.

OBJETIVOS

1. Comprender la diferencia entre “hacer un trabajo” y “dirigir para hacer un trabajo”. Para ello se requiere entender las características particulares de las personas, los motivos que guían su comportamiento y cómo lograr que esos motivos se reflejen en una contribución a la organización.
2. Mejorar nuestra capacidad de crear relaciones interpersonales efectivas. Esto implica entender el uso del poder y de las distintas formas de influencia, además de los fundamentos de la comunicación y las maneras de manejar conflictos. También buscaremos desarrollar relaciones efectivas dentro la organización, teniendo como unidad fundamental del desempeño de la misma al equipo de trabajo.

3. Ver cómo la misión, la cultura y el diseño de la organización pueden afectar el comportamiento de sus miembros. Entender el liderazgo como el desarrollo de las personas en una organización en concordancia con su misión.

METODOLOGÍA

1. El elemento esencial de este curso es la discusión en clase. Esta discusión comprenderá tanto las lecturas asignadas como los casos, de acuerdo a los temas correspondientes a cada sesión. Para estos efectos, es fundamental que el alumno lea y prepare el caso y las lecturas asignadas a la clase.
A través de los casos se busca que el alumno analice situaciones reales y aplique inmediatamente la materia que va aprendiendo, participando activamente en la clase.
2. Además se contemplan otro tipo de aplicaciones, como:
 - Juegos
 - Role playing
 - Trabajos en equipo
 - Análisis de películas
 - Lectura y análisis de artículos de actualidad
 - Presentaciones de alumnos

CONTENIDOS

1. Teorías de la administración
2. Personalidad y valores
3. Actitudes y comportamiento individual
4. Motivación en el trabajo
5. Grupos y equipos de trabajo
6. Poder e influencia
7. Liderazgo y confianza
8. Conflicto
9. Cultura organizacional
10. Cambio organizacional

EVALUACIÓN

- Prueba (25%)
- Examen final (35%)
- Controles de lectura (20%)
- Trabajo en equipo TIG (20%)

BIBLIOGRAFÍA

- Robbins, S. y Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Décimo tercera edición. México. Pearson.
- Lagomarsino, R. (2000). *Jubetes S.A: A-B-C-D. Caso de la división de investigación del IEEM*, Universidad de Montevideo, 1-3.
- Loch, C., Sting, F., Bauer, N., Mauermann, H. (2010, marzo), *Cómo BMW está desactivando la bomba de tiempo demográfica*. Harvard Business Review, 101–105.

- Rosanas, J. (2009). *Organización y management*. IESE Business School, Universidad de Navarra, 1-16.
- Lagos, A. (2004, 24 de abril). *Escuelas de negocios: ¿son realmente un negocio?* (publicado el 24 de febrero de 2005). El Mercurio, sección Economía y Negocios.
- *El guerrero herido de muerte*. El Mercurio.
- Galán, I. (1991). *Caso de la división de investigación del IESE*. Universidad de Navarra, 1-7.
- Espejo, A. (S.F). *Motivación e incentivos: más allá del garrote y la zanahoria*. Adolfo Ibáñez, School of Management: The Multinational Learning Platform, 1-12.
- Gómez-Llera, H. (1999). Matías Cárdenas. Caso de la división de investigación del IESE, Universidad de Navarra, 1-13
- Cardona, P. y Chinchilla, M. N. (2000). *Los roles en un equipo de trabajo: luces y sombra*. IESE Business School, Universidad de Navarra, 1-7.
- Cardona, P. y Miller, P. (2000). *El liderazgo de equipos de trabajo*. IESE Business School, Universidad de Navarra, 1-19.
- Snook, S. y Polzer, J. (2006). *El equipo de remo de la armada*. Caso de LACC, 1-15.
- Gabarro, J. Y Kotter, J. (2005, enero). *Administre a su jefe*. Harvard Business Review, 2-9.
- Hill, L. Y Seger, K. (1994, mayo). *Lisa Benton (a)*. Harvard Business School, 1-14.
- Burton, M. D. (1998, julio). *Rob parson en Morgan Stanley (a)*. Harvard Business School, 1-18.
- Cardona, P. y Elola, A. (S.F). *Confianza en las relaciones jefe -subordinado*.
- Cardona, P. y Rey, C. (2008, enero). *El liderazgo centrado en la misión: cómo lograr el liderazgo en toda la organización*. IESE Business School, Universidad de Navarra, 0-11.
- Zaleznik, A. (2004, enero). *Gerentes y líderes ¿son diferentes?* Harvard Business Review, 2-9.
- Cardona, P. y Wilkinson, H. (2009). *Cap. 13: gestión de conflictos*. En: "Creciendo como líder" (pp. 201 - 218). España: EUNSA.
- Christensen, C. y Shu, K. (2002). *¿Qué es la cultura de una organización?* (I. D. Marín, trad.). INCAE, 1-9 (artículo original publicado en 1999).
- Groyberg, B., Thomas, D. y Berkley, A. (2008, septiembre). *Haciendo que google siga siendo "google"*. Harvard Business School, 1-24.
- Hallowell, R. y Heskett, J. (1997, abril). *Southwest airlines: 1993 (a)*. Harvard Business School, 1-31.
- Espejo, A. (2007, mayo). *Enrique Ostalé en D&S*. Adolfo Ibáñez, School of Management: The Multinational Learning Platform, 1-11.
- Kotter, J. y Schlesinger, L. (2008). *La elección de estrategias para el cambio*. Harvard Business Review, 1- 9.
- Vega, F. (2008, 25 de agosto). *Los aprietos de D&S*. América Economía, pp. 56-59.

TALLER DE GESTIÓN COMERCIAL

MGT 239 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El taller de gestión comercial tiene implícito un gran desafío para cada alumno, por una parte está el incorporar durante todo el semestre un aprendizaje conceptual sólido y de última generación en el ámbito de las ventas y luego a través de una aplicación práctica utilizar este aprendizaje para

observar y analizar que está sucediendo en las empresas chilenas en el contexto de la organización de venta para generar valor para los clientes y capturar ese valor para la organizaciones. Es un taller exigente en donde abordamos el estado del arte de cada materia que incluye este taller, en donde incorporan aspectos conceptuales necesarios para entregar propuestas sólidas y coherentes, se aplica el método de casos y role play como una forma de reflexionar respecto de situaciones planteadas en cada una de las sesiones de trabajo, se genera aplicación práctica de lo aprendido realizando un aporte real a una empresa del ámbito nacional.

El taller de gestión comercial hará a los alumnos observar el mundo de la venta desde una perspectiva innovadora, donde el área de marketing no solo le “ordena” al departamento de ventas que debe vender productos en base a ciertos atributos o características que no sabemos si todos los clientes los valoran, sino por el contrario, en conjunto desarrollan estrategias que apuntan a entender que necesitan los clientes y en base a una investigación profunda de cuáles son sus necesidades trabajan en conjunto para salir de la trampa de comunicar atributos e iniciar una nueva forma de aproximarse a los clientes, configurando soluciones que están centrados en lo que los clientes necesitan y no en los que la empresa quiere vender base fundamental de la nueva organización de venta.

Invitamos a los alumnos a observar, descubrir e innovar en el mundo de las ventas que recién comienza a despertar al mundo de los clientes, y a utilizar la convergencia de la ciencia y los negocios, del juego global y del surgimiento de nuevos actores relevantes que cambian la manera de hacer negocios.

Ayer la organización de venta tenía que ser lo suficientemente buena como para vender nuestra ventaja competitiva, hoy debe ser lo suficientemente buena como para ser nuestra ventaja competitiva.

En el taller de gestión comercial, a través de la metodología de aprendizaje activo se fundamenta en el rol principal que ejerce el alumno. El taller desarrolla la capacidad de aprender en base a la reflexión de los contenidos trabajados durante el taller y a la aplicación de los conocimientos a través de conductas observables y medibles como una forma de que el conocimiento se transforme en habilidad para los estudiantes.

OBJETIVOS

1. Comprender el concepto de creación de valor como pilar fundamental de la organización de venta.
2. Adquirir un conjunto de distinciones y conceptos, destinados a potenciar la capacidad del alumno para comprender y generar opinión propia en aspecto relacionados con la efectividad comercial desde la perspectiva de la organización de venta.
3. Comprender el valor fundamental de las personas en la organización de venta como eslabón fundamental para la diferenciación competitiva de la empresa.
4. Desarrollar la capacidad de observar y modelar situaciones generadas en el mundo de la organización de venta al interior de una empresa real, apuntando al desarrollo de la capacidad de diagnosticar su actual funcionamiento y proponer mejoras de valor de cara al cliente que atiende y capturar ese valor para la organización en la cual se está proponiendo una mejorar cuya principal característica es que sea implementable y sin incurrir en costos adicionales.
5. Valorar y aprender a trabajar en equipo para el logro de soluciones de valor para una organización de venta en particular y la empresa en general.

METODOLOGÍA

La metodología del taller de gestión comercial se fundamenta en aprender de la organización de venta en las empresas nacionales, por lo cual la observación en terreno y el trabajo conjunto se hace fundamental para generar una reflexión previa basada en la observación, diagnóstico y propuesta de mejora.

Cada parte del trabajo grupal contiene los siguientes elementos:

- Observación grupal: cualitativa y cuantitativa.
- Diagnóstico y definición de las necesidades.
- Propuesta de valor a los diferentes actores relevantes.
- Presentación / discusión grupal.

CONTENIDOS

1. Introducción a la ventas
2. La organización de ventas del siglo XXI
3. El proceso de ventas
4. Canales y segmentación
5. Organización de la fuerza de ventas
6. Criterios para seleccionar la fuerza de ventas
7. Selección y reclutamiento
8. Inducción
9. Formación y entrenamiento
10. Planificación de ventas
11. Fijación de metas
12. Incentivos / remuneraciones
13. Charla de cierre del ramo (Gerente de empresa nacional)

EVALUACIÓN

- Trabajo grupal (40%)
- Controles (20%)
- Examen (25%)
- Ensayo/dinámicas/tarea (15%)

BIBLIOGRAFÍA

- Johnston M. & Marshall. *Administración de ventas*. Novena edición.
- Kotler, P., Rackham N. *Como terminar la guerra entre ventas y marketing*.
- Trailer, B., Dickie J. *Los desafíos que enfrenta su gerente de ventas*.
- Waaser, E., Dahneke, M., Pekkarinen, M., Weissel, M. *Una segmentación más inteligente para su fuerza de ventas*.
- L. Hoschwald. *Sintonizar el canal correcto*.
- Ledingham, D., Kovac, M., Simon, H. *La nueva ciencia de la productividad de ventas*.
- Edmondson, A. *La necesidad competitiva de aprender*.
- Colletti, J., Fiss, M. *Liderando la organización de venta actual*.
- Meyer, C., Schwager, A. *Comprendiendo la experiencia del cliente*.

TALLER DE INNOVACIÓN

MGT 237 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Innovar es algo que se puede aprender, pero en el proceso requiere que aprendamos a fallar temprano, rápido, seguido y barato. Esta regla se aplica a este curso, que ha sido completamente rediseñado para la realidad de segundo año. El taller introduce a los participantes a las etapas, métodos y elementos críticos de los procesos y rutinas necesarias en torno a una pregunta: ¿cómo aprender a innovar? Está diseñado en torno a tres desafíos de innovación que tendrán que ser desarrollados en grupo a lo largo del semestre. Cada grupo tendrá 3 semanas para resolver el primer desafío y, una vez terminado, se enfrentarán el segundo –de mayor complejidad– que deberán completar en 5 semanas. Finalmente, vendrá el tercer desafío de innovación, que será desarrollado para una empresa, y para lo cual tendrán el resto del semestre para su desarrollo.

OBJETIVOS

1. Módulo 1 / Introducción: el objetivo de este módulo es entregar herramientas básicas de innovación, e introducir a los participantes en la lógica de los desafíos de innovación.
2. Módulo 2 / Fundamentos básicos en factores humanos: crear fundamentos básicos para trabajo en terreno y entendimiento de la relevancia de factores humanos para innovar.
3. Módulo 3 / Desarrollo de competencias de generación y filtro de alternativas: este último módulo se basa en los anteriores, y se focaliza en creación de competencias en generación, refinamiento, filtro y prueba de alternativas.

METODOLOGÍA

Aprender a innovar se logra “haciendo”, y es por esto que el método de enseñanza del taller se basa fuertemente en trabajo de desarrollo por equipos dentro y fuera de clases. No estará tan fuertemente basado en lecturas y casos, sino más bien en tareas semanales, lecturas (que se darán a conocer oportunamente) y “toolkits” que contendrán métodos que serán discutidos en clases y que los equipos deberán utilizar en los desafíos.

CONTENIDOS

1. Presentación del curso: método de innovación y video del proceso
2. Introducción al desafío 1 y levantamiento de desafíos
3. Generación del punto de vista y brainstorming 1
4. Generación de concepto
5. Modo de empatía: perfiles, entrevistas y observación trabajo de empatía
6. Discusión y aprendizaje
7. Generación de conceptos y prototipos
8. Generación de punto de vista
9. Brainstorming 2: sembrar, regar y cosechar 1er grupo de prototipos
10. Fuentes de inspiración y “lead users”
11. De conceptos a prototipos generación de prototipos
12. Mejoramiento de prototipos de inspiración pruebas de prototipos
13. Co-creación

14. Mejoramiento de conceptos
15. Refinamiento de prototipos. Presentación prototipos
16. Planificación de pruebas y refinamiento plan de mejoramiento
17. Refinamiento de prototipos mejorados
18. Taller: feedback del curso a prototipos
19. Salida a terreno: codiseño con usuarios
20. Nuevas áreas de aprendizaje prototipos de evolución ¿qué se debe mejorar?
21. Refinamiento de prototipos de evolución mejorados
22. Sustentabilidad de iniciativas propuesta de modelo de negocios
23. Revisión del trabajo: aprendizaje ¿qué hay que mejorar? ¿por qué? ¿dónde fallamos? ¿por qué?
24. Redefinir proceso de innovación
25. Presentación final - preparación para feria proceso mejorado prototipo final
26. Presentación final - feria de proyectos

EVALUACIÓN

La composición de notas será de la siguiente manera:

Contribución individual al aprendizaje del curso - 20%. Esta nota es puesta por el profesor y ayudante, por cómo cada alumno haya contribuido al aprendizaje del curso (no es lo mismo que participación).

Nota grupal (entre miembros del equipo) - 20%. Corresponde a una nota asignada entre los miembros del equipo, de acuerdo a su compromiso y trabajo durante el proyecto.

Desafío de innovación (entregable 1) - 15%. Esta entrega corresponde al levantamiento de oportunidades de innovación por el equipo, la elección del desafío y el desarrollo de soluciones tempranas.

Desafío de innovación (entregable 2) - 15%. Corresponde a los ejercicios de empatía e involucramiento de usuarios en el proceso, generación de punto de vista, y generación de prototipos de inspiración.

Desafío de innovación (entregable 3) - 30%. Esta última entrega incluye el mejoramiento de los entregables 1 y 2, además de la evolución de la solución, la entrega de una bitácora del proceso, y el prototipo final.

Bitácora: la bitácora es una recolección de todo el material que se generó, recopiló, y encontró durante el desarrollo del desafío inicial, incluyendo fotos, protocolos de entrevistas y sus resultados, generación de ideas, prototipos, etc.

Controles de lectura: habrá un número de controles de lectura que llevarán una nota que se podrá reemplazar por una de las notas de participación, en caso de que algún alumno llegue al final del curso con problemas.

BIBLIOGRAFÍA

Las lecturas serán entregadas oportunamente por los profesores, o subidas a la plataforma de intranet (webcursos). Estas lecturas son resúmenes de capítulos preliminares.

SPANISH COURSES

EXPRESIÓN ESCRITA

LING 102 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

Muchos de ustedes pensarán que en un curso de expresión escrita se debe enseñar a escribir correctamente. Pero también es cierto que no vale de nada saber la gramática a cabalidad, poseer el mejor estilo, tener conocimiento de las palabras más exactas, si lo que se escribe no expresa más que un sentimiento pasajero.

Es por este motivo que en este curso nos concentraremos en dos aspectos: la forma en que una persona debe aprender a escribir y en la calidad de sus textos. Para esto, te enfrentaremos a tipos de textos y temas que impliquen un desafío intelectual, pero que a la vez sean significativos para ti: ese es nuestro espíritu a la hora de elegir las temáticas que se tratarán a lo largo del semestre.

En cuanto a la forma, expresión escrita se construye sobre la base de que debes aprender a escribir, justamente, escribiendo. La idea es que tú, como estudiante, comprendas que para escribir bien, hay que hacerlo más de una vez: encontrar la palabra precisa, pulir las oraciones, organizar tus pensamientos y expresar con claridad lo que deseas. El profesor, en cambio, estará ahí para guiar tu proceso: corregirá tus escritos y te ayudará a reescribirlos hasta que el resultado final sea el que se espera por parte de un estudiante universitario.

OBJETIVOS

General:

1. Alcanzar la habilidad de expresar eficazmente tu pensamiento de forma escrita, teniendo como objetivos la claridad en la comunicación y el desarrollo con profundidad de tus ideas.

Específicos:

1. Escribir un texto coherente y cohesionado.
2. Obtener orden en el pensamiento y manifestarlo en un texto escrito.
3. Conocer la función de diferentes textos y párrafos, tener la capacidad de identificarlos y luego, de redactarlos en un ámbito académico.
4. Argumentar válidamente, procurando demostrar tu pensamiento lógico.
5. Aprender a pulir los vicios propios del texto escrito.
6. Crear textos originales, tanto por su redacción, como por su contenido.

METODOLOGÍA

La asignatura consiste en que escribas y afines un texto, hasta que logres el nivel adecuado para un estudiante universitario. Paralelamente, el curso tendrá dos puntos de apoyo a través de intranet (webcursos 3.0): un taller de ortografía en línea, el que deberás hacer de forma obligatoria, y la página de tu sección en webcursos, para que hagas y corrijas los ejercicios de paráfrasis.

CONTENIDOS Y CALENDARIO DE ACTIVIDADES

1. Presentación del curso
2. Clase de discusión: ¿qué es un ejercicio de paráfrasis? ¿cómo hacerlo?

3. Escritura de paráfrasis 1
4. Reescritura de paráfrasis 1
5. Clase de discusión sobre los ejercicios de paráfrasis
6. Escritura paráfrasis 2
7. Webcursos 3.0: ejercicio de paráfrasis obligatorio
8. Reescritura paráfrasis 2
9. Clase de discusión del comentario de texto
10. Escritura de comentario de texto 1
11. Escritura de comentario de texto 1
12. Reescritura de comentario de texto 1
13. Clase de discusión y reflexión
14. Escritura de comentario de texto 2
15. Reescritura de comentario de texto 2
16. Clase de discusión previa al ensayo 1
17. Escritura ensayo 1
18. Webcursos 3.0: ejercicio de paráfrasis obligatorio
19. Reescritura ensayo 1
20. Resultado final ensayo 1
21. Clase de discusión previa al ensayo 2
22. Escritura ensayo 2
23. Reescritura ensayo 2
24. Resultado final ensayo 2
25. Clase de discusión y reflexión de la carta de opinión
26. Modelos carta de opinión
27. Webcursos 3.0: ejercicio de paráfrasis opcional
28. Escritura carta de opinión
29. Reescritura carta de opinión. Asistencia a jornadas grecorromanas
30. Clase sobre el cuento
31. Escritura del cuento
32. Reescritura del cuento
33. Revisión de notas y cierre del curso

EVALUACIÓN

- Primera paráfrasis (5%)
- Segunda paráfrasis (5%)
- Primer comentario de texto (10%)
- Segundo comentario de texto (10%)
- Primer ensayo (20%)
- Segundo ensayo (20%)
- Carta de opinión (5%)
- Cuento (5%)
- Ejercicios de parafraseo en línea (10%)
- Taller de ortografía en línea (10%)

BIBLIOGRAFÍA

Las lecturas serán entregadas oportunamente por los profesores.

EXPRESIÓN ORAL

LING 112 | 3 créditos

DESCRIPCIÓN

El curso corresponde a un taller de oratoria en el cual los estudiantes, mediante una ejercitación apropiada e intensiva, deben alcanzar el dominio de los contenidos lingüísticos, recursos y habilidades propias de la expresión oral, para la correcta y eficaz emisión de discursos de naturaleza argumentativa y persuasiva (presentación de proyectos, debates y discursos).

OBJETIVOS

Generales:

1. Presentar proyectos y debatir de manera correcta y apropiada, demostrando un manejo de la expresión oral, corporal y gestual.
2. Desarrollar el pensamiento crítico y la habilidad para resolver problemas.
3. Defender y refutar una posición mediante argumentos.

Específicos:

1. Construir un discurso lógicamente articulado y emitirlo eficazmente.
2. Mostrar un incremento significativo de su léxico oral.
3. Hacer uso de un dominio escénico que le permita utilizar adecuadamente su cuerpo para una expresión corporal y gestual en pro de una comunicación eficaz.
4. Hacer preguntas pertinentes y correctamente enunciadas en clases, foros, debates, etc.
5. Investigar sobre diferentes temas a través de internet, discriminando con claridad la información que existe actualmente en este medio.
6. Incorporar material de apoyo con el fin de lograr presentaciones y debates efectivos.

METODOLOGÍA

Las actividades se realizan en clases bajo la supervisión del profesor, quien evalúa el aprendizaje de los estudiantes a lo largo de todo el semestre, incentivando la participación activa de los estudiantes, restando protagonismo a la figura del profesor.

CONTENIDOS

1. Presentación del profesor y de los alumnos del curso.
2. Lectura del syllabus.
3. ¿en qué consiste una presentación efectiva?
4. El lenguaje persuasivo.
5. Presentación proyecto: defensa de un personaje histórico.
6. Entrega de una falacia a cada alumno.
7. La argumentación ¿por qué, para qué argumentar y cómo hacerlo?
8. Exposición de falacias.
9. Entrega de temas de argumentación, contraargumentación y de debates.
10. Argumentación.

11. Contraargumentación.
12. Debate. Examen.

EVALUACIÓN

- Presentación de un personaje histórico (25%)
- Explicación y ejemplificación de una falacia (25%)
- Argumentación (25%)
- Contraargumentación (25%)
- Nota de presentación a examen (4 o superior) (70%)
- Examen (30%)

BIBLIOGRAFÍA

- Di Bartolo, Ignacio y otros, *Oratoria contemporánea para aprender a hablar en público*. Buenos Aires, ed. Corregidor, 2006.
- Pérez, Mónica; Vega, Olly, *Técnicas argumentativas*. Santiago, Chile, ed. Universidad Católica de Chile, 2003.
- Johnstone, Keith, *Impro: improvisaciones y el teatro*. Santiago, ed. Cuatro Vientos, 2002.

ANNEX: SCHEDULE OF CLASSES (OIE COURSES)

		MONDAY		TUESDAY		WEDNESDAY			THURSDAY	
1	08:30 - 9:45	Fonética del Idioma Español	International Business: Doing Business in Latin America	Arte e Identidad en Latinoamericana		Fonética del Idioma Español	International Business: Doing Business in Latin America		Arte e Identidad en Latinoamericana	
2	10:00 - 11:15	Marketing Trends and Strategies in Latin America		Español Intermedio: Gramática	Español Básico: Gramática	Marketing Trends and Strategies in Latin America			Español Intermedio: Gramática	Español Básico: Gramática
3	11:30 - 12:45	Pre-Columbian Cultures		Español Intermedio: Comunicación	Español Básico: Comunicación	Pre-Columbian Cultures			Español Intermedio: Comunicación	Español Básico: Comunicación
4	13:00 - 14:15	Socialism, Capitalism and Communism in Latin America		Economic Development in Latin America: Milestones and Crisis		Socialism, Capitalism and Communism in Latin America			Economic Development in Latin America: Milestones and Crisis	
5	14:45 - 16:00	Introducción a los Géneros Literarios		Latin America in the Age of Globalization		Introducción a los Géneros Literarios			Latin America in the Age of Globalization	
6	16:15 - 17:30	Conflicto Social en Latinoamérica		Latin America on Film		Español Avanzado: Cultura Chilena	Gramática Avanzada	Español Básico: Gramática	Chile: su Historia durante el S. XX	
7	17:45 - 19:00	Latin American Culture and Identity		Latin America on Film		Español Avanzado: Cultura Chilena	Gramática Avanzada	Español Básico: Comunicación	Chile: su Historia durante el S. XX	
8	19:15 - 20:30	Latin American Culture and Identity		Strategic Leadership		Conflicto Social en Latinoamérica			Strategic Leadership	

Observation: Some class schedules might be modified. Changes would be notified in time.