



**Proceso: Formulación del Currículo  
y Plan de Estudios**

**Guía de Cátedra**

Código:	DOC11-FO-01
Versión:	2
Fecha:	05/07/2017
Hoja:	Página 1 de 5

**1. Identificación del Curso/ Módulo**

Nombre del Curso/ Módulo: <b>SEMINARIO DE INTERVENCIÓN ORGANIZACIONAL CONSULTING II</b>	Línea de conocimiento ADMI	Código materia: 16229	Crédito: 1	Horas totales 48	Horas Clase	16
					Horas Independientes	32

Facultad/ Departamento: **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Programa que Administra el curso o módulo: **ESPECIALIZACIÓN EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Niveles de Formación	Técnico Profesional		Especialización	X
	Tecnológico Profesional		Maestría	
	Profesional		Doctorado	

Modalidad: Presencial  Dual  Virtual

Fecha de actualización de la guía: **10-05-2018**

**2. Restricciones de:**

Conocimiento	Orden
Prerrequisito	
Correquisitos	

**3. Justificación**

La competencia global, los avances tecnológicos, las nuevas normativas, así como los cambios en la dinámica del mercado laboral han creado nuevas oportunidades de prácticas empresariales en donde la labor de consultoría ha venido adquiriendo preeminencia. La aparición de nuevos conocimientos y técnicas deben ser adquiridos con rapidez por las organizaciones para mantener sus condiciones de sostenibilidad y competitividad, por lo que surge la figura del consultor que crea valor para sus clientes mediante la provisión de consejo y/o asesoría independiente que les permite mejorar su firma en áreas específicas de conocimiento, procesos, estructura organizacional o estrategia, entre otras.

Las firmas de consultoría requieren una experticia especial no solo en su campo de conocimiento específico del saber sino en lo que se refiere a identificación de problemas, diagnóstico, desarrollo de soluciones, toma de decisiones e implementación para lo cual se requiere de profesionales con este tipo de competencias y destrezas. Las empresas consultoras como firmas de servicios deben ofrecer propuestas de valor y de mercado alineadas con su papel como propiciadoras del aumento de la productividad y competitividad de sus empresas clientes.

El estudiante estará en capacidad de entender la cadena de valor de una firma consultora, sus características funcionales así como las competencias necesarias para identificar problemas empresariales, formular, presentar y comunicar una solución de consultoría y construir proyectos orientados hacia el emprendimiento, modelos de negocio o análisis y formulación estratégica de organizaciones de consultoría.

**4. Competencias de formación**

Competencia	Resultado de aprendizaje esperado
Capacidad para entender la cadena de valor de una firma consultora	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza las actividades primarias y de soporte de una firma consultora</li> <li>Evalúa las diferentes configuraciones de cadenas de valor de las firmas consultoras</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciona las actividades de la cadena de valor con la ventaja competitiva de las firmas de consultoría</li> <li>• Identifica los principales elementos del modelo de negocios de la firma consultora y la interdependencia entre ellos.</li> </ul>
Capacidad para entender las firmas consultoras y su atraktividad como fuente de empleo o emprendimiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza la industria de empresas de consultoría <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rivalidad en la industria/competencia</li> <li>○ Especialización temática o de servicio</li> </ul> </li> <li>• Examina los principales competidores en la industria de consultoría y sus características</li> </ul>
Capacidad para entender la economía y las finanzas de una firma consultora	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifica los recursos necesarios para implementar una firma de consultoría.</li> <li>• Describe los perfiles de personal requeridos para una firma de consultoría</li> <li>• Conduce un análisis cuantitativo de las principales variables de la firma consultora.</li> </ul>
Construcción de un proyecto de consultoría	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprende las necesidades de los clientes y otros grupos de interés</li> <li>• Comprende las relaciones cliente-consultor</li> <li>• Comprende los enfoques de administración de proyectos</li> <li>• Diagnostica un problema ambiguo, o una oportunidad para el cliente</li> <li>• Formula hipótesis acerca de posibles causas y soluciones en relación con un problema u oportunidad del cliente</li> <li>• Selecciona adecuadamente los métodos de investigación para la información relacionada con el análisis.</li> </ul>

#### 5. Contenido de la actividad académica\*

Unidad	Temáticas	Horas	Evaluación del aprendizaje
Las firmas consultoras: Propuesta de valor y factores de competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiciones sobre consultoría</li> <li>• Análisis de Industria <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Benchmarking</li> </ul> </li> <li>• Cadena de Valor, características distintivas: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Secuencia de operaciones y ventas</li> <li>○ Operaciones</li> <li>○ Distribución</li> </ul> </li> <li>• Principales actividades <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Marketing</li> <li>○ Comunicaciones</li> <li>○ Diseño de proyectos</li> <li>○ Data collection y Análisis de Data</li> </ul> </li> <li>• Modelo de negocios <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Propuesta de modelo de negocios para una firma consultora.</li> </ul> </li> </ul>	4 horas	<p>Entrega Tarea 1 – Construcción cadena de valor del sector, Análisis de situación actual del sector</p> <p>Entrega Tarea 2 – Modelo de negocios de una firma consultora</p>

<p>Estructura organizacional de una firma de consultoría, estructura y personas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructuras y perfil de competencias y personal.</li> <li>• Competencias requeridas <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Competencias técnicas</li> <li>○ Competencias interpersonales</li> </ul> </li> <li>• Roles y responsabilidades en los distintos niveles de los planes de carrera</li> <li>• Sistemas de desarrollo de carrera (de consultor junior a partner)</li> <li>• Protocolo de consultoría</li> <li>• Principales Indicadores de gestión</li> </ul>	<p>4 horas</p>	<p>Entrega Tarea 3 – Construcción del catálogo personal de competencias del consultor por desarrollar.</p>
<p>Desarrollo de procesos consultivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis de información <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fuentes internas</li> <li>○ Fuentes externas</li> </ul> </li> <li>• Entendimiento del problema <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Instrumentos de caracterización empresarial</li> <li>○ Modelos de búsqueda de causas de problemas.</li> </ul> </li> <li>• Presentación <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Metodologías</li> </ul> </li> <li>• Comunicación <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Comunicación escrita</li> <li>○ Comunicación verbal</li> </ul> </li> </ul>	<p>4 horas</p>	<p>Análisis y discusión del caso</p>
<p>Proyecto de Construcción de una firma de consultoría</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de la relación Cliente y Consultor <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Definición de acuerdos</li> <li>○ Formalización de acuerdos <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contratos y pólizas</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• Administración y organización de un proyecto de consultoría <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Roles y responsabilidades del director de proyecto</li> <li>○ Fases del proyecto: Iniciación, diseño, ejecución, control y cierre.</li> </ul> </li> <li>• Solución estructurada de problemas <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Diseño e innovación de servicios de consultoría</li> </ul> </li> <li>• Comunicación</li> <li>• Implementación.</li> <li>• Evaluación <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seguimiento y monitoreo</li> <li>○ Evaluación de impactos</li> </ul> </li> </ul>	<p>4 horas</p>	<p>Entrega Tarea 4 – Construcción de una propuesta de consultoría, frente a un problema empresarial.</p>
<p><b>Recursos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plataforma Blackboard</li> <li>• Lecturas de apoyo</li> <li>• Enlaces de internet</li> <li>• Videos</li> </ul>			

**6. Estrategias Pedagógicas**

1. **TEMA:** El desarrollo de los contenidos y su evaluación se apoya en la plataforma TEMA posgrados
2. **Talleres:** Los estudiantes desarrollan talleres individuales y grupales que les permiten reflexionar sobre los conceptos desarrollados en el curso.
3. **Casos:** Lectura y análisis de un estudio de caso.
4. Trabajo aplicado

Otra:

**7. Evaluación y Registro de resultados**

**Evaluar:**  
Revisión de Lecturas  
Participación en el desarrollo de Caso  
Participación en Trabajo aplicado  
Participación en el Foro.

**Calificar:**  
La evaluación será sumativa, continua y formadora. Se califica en escala 1 a 5. Quienes no cumplan en las fechas establecidas sin justificación escrita y sustentada con evidencias tendrán calificación cero. Los estudiantes que no asisten al 80% de las actividades presenciales pierden el curso por inasistencia. En el sistema COSMOS se registra una nota de 0,0 a 5,0.  
**Para el caso de este módulo el calificarán los siguientes puntos:**

- Revisión de Lecturas y material de apoyo: 30%
- Trabajo aplicado en clase: 40%
- Participación en el desarrollo de Caso: 30%

**Registro:**  
La nota se registra directamente por el docente en el portal WEB de la Universidad.

**8. Referencias Bibliográficas**

Bibliografía UNAB	Notación topográfica
<ul style="list-style-type: none"><li>• Hector R Formento, Graciela I Ramirez, Manual de Buenas Prácticas de Consultoría para asesores en tecnologías de gestión, INTI- Unión Europea.</li><li>• Marc G. Baaij, Management Consultancy, SAGE</li><li>• The Oxford Handbook of Management Consulting, Oxford University Press</li><li>• AEC-Asociación Española de Empresas de Consultoría, Libro blanco de buenas prácticas en el Mercado de la consultoría.. FUNDACIÓN CONFEMETAL</li><li>• Susan Nash, Starting and Running a Successful Consultancy, 3rd Edition.</li><li>• Fredy Romero Espinosaa,*, Zuray Andrea Melgarejo Molinab y Mary Analí Vera-Colinac, Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en Colombia</li><li>• <b>Cohen A. William. <i>Cómo ser un consultor exitoso.</i> Ed. Norma, Bogotá (2003)</b></li><li>• <b>Hamel, G. <i>El futuro de la administración.</i> Ed. Norma, Colombia( 2012)</b></li><li>• <b>Mintzberg, H. <i>Managing.</i> Ed. Norma. Colombia (2010)</b></li></ul>	

Caso de Estudio:

- McKinsey & Company. Versión en Español, Harvard Business Case Agosto 27, 2013

Bibliografía Complementaria

**9. Observaciones**

El estudiante debe preparar los temas planteados con anterioridad a la actividad con el docente.

El estudiante debe preparar y analizar individualmente el caso suministrado, requisito importante para la actividad grupal.