

PROGRAMA DE ASIGNATURA (CONTENIDOS)

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA *(Nombre oficial de la asignatura según la normativa del plan de estudios vigente o del organismo académico que lo desarrolla. No debe incluir espacios ni caracteres especiales antes del comienzo del nombre).*

ECONOMÍA Y ANÁLISIS DE MERCADO

2. NOMBRE DE LA ASIGNATURA EN INGLÉS *(Nombre de la asignatura en inglés, de acuerdo a la traducción técnica (no literal) del nombre de la asignatura)*

ECONOMY AND MARKET ANALYSIS

3. TIPO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA *(Corresponde al Sistema de Creditaje de diseño de la asignatura, de acuerdo a lo expuesto en la normativa de los planes de estudio en que esta se desarrolla):*

SCT/	UD/	OTROS/ créditos=24 horas
-------------	------------	---------------------------------

4. NÚMERO DE CRÉDITOS *(Indique la cantidad de créditos asignados a la asignatura, de acuerdo al formato seleccionado en la pregunta anterior, de acuerdo a lo expuesto en la normativa de los planes de estudio en que esta se desarrolla)*

6 créditos

5. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO *(Indique la cantidad de horas semanales (considerando una hora como 60 minutos) de trabajo presencial que requiere invertir el estudiante para el logro de los objetivos de la asignatura; si requiere convertir las horas que actualmente utiliza a horas de 60 minutos, utilice el convertidor que se encuentra en el siguiente link: [<http://www.clanfls.com/Convertidor/>])*

16 horas

6. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO *(Indique la cantidad de horas semanales (considerando una hora como 60 minutos) de trabajo no presencial que requiere invertir el estudiante para el logro de los objetivos de la asignatura; si requiere convertir las horas que actualmente utiliza a horas de 60 minutos, utilice el convertidor que se encuentra en el siguiente link: [<http://www.clanfls.com/Convertidor/>])*

128 horas

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA *(Corresponde a un enunciado específico en relación a lo que se va a enseñar en la asignatura, es decir, señala una de las áreas específicas que el profesor pretende cubrir en un bloque de enseñanza. Por ejemplo, uno de los objetivos en un módulo podría ser "los estudiantes comprenderán los efectos del comportamiento celular en distintos ambientes citoplasmáticos". Es importante señalar que en ciertos contextos, los objetivos también aluden a metas).*

Entender el escenario en el que se instala la industria inmobiliaria y de la construcción, sus regulaciones y directrices, la forma de reacción del medio, los actores relevantes, las oportunidades sectoriales y la especificación de la gestión en el sector público y sus

potenciales para el desarrollo económico y social del país.

Visualizar el efecto de la industria inmobiliaria y de la construcción en la economía.

Conocer como la normativa urbana y la industria inmobiliaria se relacionan e interactúan.

Demostrar a través de la aplicación en casos de productos inmobiliarios que responden a detección de nichos de mercado, las oportunidades que se presentan para los desarrolladores e inversionistas.

Identificar los modos de participación de la industria en la consecución de las políticas públicas destinadas a la producción y gestión de la vivienda de interés público.

Indagar en los apoyos y oportunidades otorgadas por el sector público para el desarrollo del ámbito inmobiliario.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA (Corresponde al detalle específico de los objetivos que se trabajarán en el curso; debe ingresarse un objetivo específico por cada línea)

Reconocer las estructuras del mercado inmobiliario, y los principales indicadores económicos que los identifican, detectando las oportunidades de desarrollo con creatividad y capacidad de gestión.

HABILIDADES ESPERADAS

Capacidad de gestión y negociación.

Exploración de la industria identificando nichos.

9. SABERES / CONTENIDOS (Corresponde a los saberes / contenidos pertinentes y suficientes para el logro de los Objetivos de la Asignatura; debe ingresarse un saber/contenido por cada línea)

Clasificación y definiciones de la Economía, el “problema” económico. Factores productivos.

Herramientas e instrumentos para resolver el problema económico.

Mercado, funciones demanda y oferta.

Políticas públicas: productos y financiación.

Modelos de producción de viviendas y barrios asociados a la gestión financiación estatal.

Desarrollo histórico, consecuencias y nuevos desafíos.

Revisión del contexto político económico y social del en el tiempo y las expresiones en el hábitat.

Análisis de las políticas públicas de vivienda y sus formas de expresarse en el territorio a través de sus programas.

10. METODOLOGÍA (Descripción sucinta de las principales estrategias metodológicas que se desplegarán en el curso, pertinentes para alcanzar los objetivos (por ejemplo: clase expositiva, lecturas, resolución de problemas, estudio de caso, proyectos, etc.). Indicar situaciones especiales en el formato del curso, como la presencia de laboratorios, talleres, salidas a terreno, ayudantías de asistencia obligatoria, etc.)

Clases teóricas, lecturas y ejercicios de aplicación.

A través de presentación de casos se recorren escenarios identificando oportunidades, con énfasis en situaciones que combinan distintas opciones de financiación para la producción y adquisición, específicamente en el sector vivienda protegida.



11. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

(Descripción sucinta de las principales herramientas y situaciones de evaluación que den cuenta del logro de los objetivos (por ejemplo: pruebas escritas de diversos tipos, reportes grupales, examen oral, confección de material, etc.)

Evaluación en base a ejercicio de aplicación que permita mediante el desarrollo de una propuesta económica el acceso al bien vivienda para los segmentos de menores recursos.

12. REQUISITOS DE APROBACIÓN

(Elementos normativos para la aprobación establecidos por el reglamento, como por ejemplo: Examen, calificación mínima, asistencia, etc. Deberá contemplarse una escala de evaluación desde el 1,0 al 7,0 , con un decimal.)

ASISTENCIA (indique %): OBLIGATORIA.

NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA (Escala de 1.0 a 7.0): 4.0

REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXÁMEN: Sin requisitos

OTROS REQUISITOS: Inasistencias, debidamente justificadas serán analizadas por el Comité Académico

13. PALABRAS CLAVE

(Palabras clave del propósito general de la asignatura y sus contenidos, que permiten identificar la temática del curso en sistemas de búsqueda automatizada; cada palabra clave deberá separarse de la siguiente por punto y coma (;).

ECONOMÍA; ANÁLISIS; MERCADO

14. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

(Textos de referencia a ser usados por los estudiantes. Se sugiere la utilización del sistema de citación APA, y además que se indiquen los códigos ISBN de los textos. CADA TEXTO DEBE IR EN UNA LÍNEA DISTINTA)

Brickley James, "Managerial economics and organizacional architecture", Ed. McGraw Hill, 2004.

Castello Manuel, "La era de la información: economía, sociedad y cultura", Siglo Veintiuno Editores, 2004.

García Moreno Susan y otros, "Prácticas y conceptos básicos de microeconomía", Ed. Universidad Rey Juan Carlos, 2000.

Landsburg, S. E., "Teoría de los precios con aplicaciones", Ed. Thomson Paraninfo , 2000.

Lavados, Hugo y Massad, Carlos: "Elementos de economía. introducción al análisis económico", Ed. Universitaria, 2000.

Hall, Robert E., y Lieberman, Marc, "Economía. principios y aplicaciones". Ed. Thomson Paraninfo, 2003.



Meachern W., "Macroeconomía. una introducción contemporánea", Ed. Thomson Paraninfo, 1998.

Meachern, W., "Microeconomía una introducción contemporánea", Ed. Thomson Paraninfo, 1998

O'Kean, J. M., "Análisis del Entorno Económico de los Negocios". Ed. McGraw Hill. 1994.
Tucker, I. B.: "Fundamentos de economía", Ed. Thomson Paraninfo, 2001.

Aguilo Candela J, Carratalá Pastor, Gimeno V, Aranda J., "Inferencia estadística para economía y empresa", Ed. Universidad de Alicante, 1996.

15. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA *(Textos de referencia a ser usados por los estudiantes. Se sugiere la utilización del sistema de citación APA, y además que se indiquen los códigos ISBN de los textos. CADA TEXTO DEBE IR EN UNA LÍNEA DISTINTA)*

Cea D'ancana María Angeles, "Métodos de Encuestas", Ed. Síntesis SA, 2004.

Fong C. D., "Dirección de mercadotecnia: identificación y solución de problemas clave", Ed. Addison – Eesley Iberoamericana, 1990.

Frank R., "Análisis de mercado: técnicas cuantitativas", Ed. Centro Regional de Ayuda Técnica: Agencia para el desarrollo regional, 1969.

Kotler P., "Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación y control", Ed. Diana, 1985.
Lohr S., "Muestreo, diseño y análisis", Ed. Thomson Paraninfo, 2000.

Perez C, "Técnicas de muestreo estadístico, teoría, práctica y aplicaciones informáticas", Ed. RA-MA, 1999.

Zikmund William G., "Fundamentos de la investigación de mercados", Ed. Paraninfo, 2003.

16. RECURSOS WEB *(Recursos de referencia para el apoyo del proceso formativo del estudiante; se debe indicar la dirección completa del recurso y una descripción del mismo; CADA RECURSO DEBE IR EN UNA LÍNEA DISTINTA)*

--



Información Variable¹

Profesor/es:

Camilo Arriagada Luco / Edwin Andrés Weil Parodi

Horario:

Según calendario clase a clase
Viernes 14:30-22:00
Sábado 8:30-15:00

Carreras o Programas en los que se dicta:

Programa Magister en Dirección y Administración de Proyectos Inmobiliarios

Línea de Formación:

Área de Gestión en el Mercado Inmobiliario

Nivel:

Segundo Semestre

Propósito del curso en el plan de estudios:

Análisis y evaluación de las sensibilidades del mercado, de las competencias, de las necesidades, de las proyecciones y de las opciones de financiamiento, conducentes a incrementar la creatividad.

Requisitos:

¹ Sección de "información variable" no figura en documento original, enviado por Vicerrectoría de Asuntos Académicos. Fue agregada por esta Escuela de Postgrado, en base a presentación de V.A.A según diapositiva que señala las categorías que contendrá la información variable dependiente de la oferta académica de cada año/semestre.