

PROGRAMAS DE ASIGNATURA

CÓDIGO	MDRH105	NOMBRE	GOBIERNO CORPORATIVO, ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	
		TRADUCCIÓN		
	SEMESTRAL		CRÉDITOS (SCT)	2
	ANUAL		HORAS CRONOLÓGICAS TOTALES	60
	RÉGIMEN	OTRO	HORAS PRESENCIALES O DIRECTAS	13
		X	HORAS CRONOLÓGICAS	47
			TRABAJO AUTÓNOMO	
EQUIVALENCIA				
TIPO DE ACTIVIDAD	ASIGNATURA	INVESTIGACIÓN o AFE	PUBLICACIÓN u otra actividad académica	EXAMEN (bita formativo)
	X			
DESCRIPCIÓN GENERAL				
El propósito de este módulo es que los estudiantes propongan variables para un modelo de actuación de responsabilidad social y de conducta para una organización, de acuerdo con el contexto legal y sociocultural. Los estudiantes comprenden las orientaciones teórico-prácticas para identificar la importancia de asumir conductas socialmente responsables y éticas en los negocios, en la dirección de empresas y en la dirección de personas. Los estudiantes reconocen y analizan lineamientos sobre estructura, funcionamiento, derechos y obligaciones de los gobiernos corporativos y sus integrantes. Además, desarrollan un enfoque sobre la importancia de la sostenibilidad en los procesos empresariales y organizacionales. Las estrategias metodológicas que utilizan se centran en el estudiante y son lecturas previas, análisis de casos y desarrollo de talleres grupales, que permitirán fundamentar la toma de decisiones para potenciar los equipos de trabajo que se lidera. Las evaluaciones se realizarán a través de rúbricas para exposiciones que permitan dar cuenta de la correcta resolución de un caso de empresa.				
COMPETENCIAS DEL PERFIL A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA				
CDI: Desarrolla un enfoque sistémico e innovador en el ámbito de la gestión y la dirección de recursos humanos y/o personas para sustentar la toma de decisiones en el quehacer profesional, la mejora continua y el cumplimiento de objetivos de la organización. CGI Resuelve problemáticas del quehacer profesional desde la responsabilidad social y la ética empresarial, asesorando a personas y organizaciones en ámbitos relacionados con el quehacer de personas.				

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	INDICADORES DE DESEMPEÑO	CONTENIDOS
1. Propone variables para un modelo de actuación de responsabilidad social y de conducta para una organización, de acuerdo con el contexto legal y sociocultural.	Determina las variables relevantes en los gobiernos corporativos y modelos de actuación que intervienen en los <i>stakeholders</i>. Evalúa modelos de actuación que involucran a los <i>stakeholders</i>, según el contexto legal y sociocultural.	Unidad 1. Gobierno corporativo Modelos de empresa y su Gobierno Modelos de empresa y Responsabilidad Social
2. Aplica las dimensiones de la responsabilidad social en el análisis de casos referidos a la dirección de empresas y personas.	Analiza las variables relevantes para el gobierno corporativo, considerando las dimensiones de la responsabilidad social.	Unidad 2. Responsabilidad social Entorno, impulso y dimensiones de la Responsabilidad Social



	Explica distintos modelos de actuación de responsabilidad social, considerando sistemas de gestión e indicadores.	Sistema de gestión, indicadores y comunicación de la Responsabilidad Social
3. Analiza lineamientos sobre estructura, funcionamiento, derechos y obligaciones de los gobiernos corporativos y sus integrantes, asumiendo conductas éticas en los negocios.	Aplica directrices del regulador local y de organismos internacionales que determinan la actuación de los Gobiernos Corporativos, además de los roles y responsabilidades de sus integrantes. Utiliza la Norma ISO 26000 como instrumento metodológico de clase mundial para determinar impacto y avances en cada una de las y dimensiones y su conexión los ODS ONU.	Unidad 3. Ética en los negocios Ética: Personal, Social y Profesional Ética de las instituciones y organizaciones

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

De acuerdo con el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma, la metodología de enseñanza-aprendizaje propuesta para el desarrollo del curso se basa en un enfoque activo-participativo, que implica desplegar estrategias metodológicas previamente seleccionadas por el docente, tales como:

- Exposición.
- Método de casos.
- Lecturas previas.

PROCEDIMIENTOS EVALUATIVOS

Los resultados de aprendizaje para esta asignatura serán evaluados mediante los siguientes procedimientos:

Nº	PROCEDIMIENTO	INSTRUMENTO	EVIDENCIA	PONDERACIÓN
1	Exposición oral	rúbrica	Presentación de los estudiantes	50%
2	Trabajo grupal análisis de caso	rúbrica	Informe escrito	50%

ESCALA DE EVALUACIÓN (marcar la que corresponde)

Escala numérica Nota (1,0 a 7,0)	X
Escala alfanumérica (Conceptual)	

RECURSOS DE APOYO A LA DOCENCIA

LABORATORIO: no requiere

MATERIAL EDUCATIVO: casos elaborados por los docentes

SOFTWARE: no requiere

OTROS: no requiere

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

BÁSICA

- Bilbeny, N. La revolución en la ética: hábitos y creencias en la sociedad digital. Barcelona: Anagrama, 2016, 235p.
- Covey, Stephen R. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: la revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa. Barcelona: Paidós, 2015, 452p.
- Correa Casanova, M. (ed.). La riqueza ética de las profesiones. Santiago de Chile: RIL editores, 2010, 289p.
- Hortal Alonso, A. Ética general de las profesiones. Bilbao, España: Desclee, 2002, 278p.

COMPLEMENTARIA

- Bilbeny, N. Por una causa común: ética para la diversidad. Barcelona: Gedisa, 2002, 187p.
- Cortina Orts, A. Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía. Madrid: Alianza, 2009, 222p.
- Mifsud, T. Decisiones responsables: una ética del discernimiento. Santiago de Chile: Ediciones Universidad Alberto Hurtado, 2012, 864p.
- Villarroel, R. (ed.). Ética aplicada: perspectivas de responsabilidad para la sociedad civil en un mundo globalizado. Santiago de Chile: Universitaria, 2010, 378p.

MEDIOS ELECTRÓNICOS:

- Bokser, J. Ética y diversidad: viejos interrogantes y nuevos desafíos. *Estudis*, 42, 1995, México, Itam. Disponible en: <http://estudios.itam.mx/sites/default/files/estudiositammx/files/n42/000172860.pdf>
- Bonilla, A. Ética, mundo de la vida, migración. En: Salas Astrain, R. (Ed.). *Sociedad y Mundo de la Vida a la luz del pensamiento Fenomenológico-Hermenéutico actual*. Santiago (Chile), Ediciones Universidad Católica Silva Henríquez, 2007, 27-58. Disponible en: <https://dohmigraciones.files.wordpress.com/2020/06/etica-mundo-de-la-vida-migracion-07-2.pdf>
- Rueda Castro, L. y Miranda Zúñiga, O. Principales dilemas bioéticos en las personas con discapacidad prolongada. *Acta bioethica*, 8(1), 127-135, 2002. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2002000100012>
- Sevilla González, M. y Álvarez Licona, N. Normalización del discurso homofóbico: aspectos bioéticos. *Acta bioethica*, 12(2) 211-217, 2006. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S1726-569X2006000200010>

PERFIL DOCENTE PARA LA ASIGNATURA

Título Profesional	Ingeniero comercial, Ingeniero civil industrial, Abogado o título profesional afín.
Grado Académico	Magister o doctorado
Especialización	Experiencia profesional de los últimos 5 años en consultorías, asesorías o cargos de gestión.
Otros antecedentes	Habilidades de comunicación, trabajo en equipo, liderazgo y habilidades de gestión.

PROGRAMAS DE ASIGNATURA

CÓDIGO	MDRHS	NOMBRE	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	
		TRADUCCIÓN		
	SEMESTRAL		CRÉDITOS (SCT)	4
	ANUAL		HORAS CRONOLÓGICAS TOTALES	119
RÉGIMEN			HORAS CRONOLÓGICAS PRESENCIALES O DIRECTAS	26
	OTRO	X	HORAS CRONOLÓGICAS TRABAJO AUTÓNOMO	93
EQUIVALENCIA				
TIPO DE ACTIVIDAD				
		ASIGNATURA	INVESTIGACIÓN o AFE	PUBLICACIÓN u otra actividad académica
				EXAMEN (tipo formativo)
		X		
DESCRIPCIÓN GENERAL				
El propósito del curso es que los estudiantes desarrollen las competencias necesarias para evaluar la elección y coherencia estratégica de una organización de acuerdo con sus objetivos. Conceptualmente el estudiante comprende la relevancia de las decisiones y orientaciones estratégicas para dirigir la organización hacia un estado deseable. Procedimentalmente, los estudiantes adquieren una visión del mundo de los negocios y su desarrollo. Actitudinalmente, los estudiantes desarrollen un pensamiento lógico, una gran capacidad analítica y crítica y de comunicación altamente efectiva, fundamentos esenciales para la dirección estratégica de organizaciones. Las estrategias metodológicas se centran en el estudiante y comprenden lecturas previas, análisis de casos y desarrollo de talleres en forma individual como grupal, para desarrollar un plan de negocios y fundamentar la toma de decisiones para potenciar los equipos de trabajo que se lidera. Las evaluaciones se llevarán a cabo a través de rúbricas de exposiciones que permitan dar cuenta de la correcta resolución de un caso de empresa.				
COMPETENCIAS DEL PERFIL A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA				
CD1 Desarrolla un enfoque sistémico e innovador en el ámbito de la administración, la gestión de organizaciones y el desarrollo de negocios para sustentar la toma de decisiones en el quehacer profesional, la mejora continua y el cumplimiento de objetivos de la organización. CD2 Diseña planes de negocios para el logro de los objetivos, mediante metodologías propias de la gestión directiva en el ámbito empresarial y del emprendimiento e inter-emprendimiento organizacional, comunicando sus ideas de manera efectiva. CD3 Desarrolla planes de mejora estratégicos y eficientes para asesorar y proveer soluciones innovadoras a personas y organizaciones en distintos sectores productivos mediante herramientas de administración, gestión y mercado.				

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	INDICADORES DE DESEMPEÑO	CONTENIDOS
1. Detecta los enfoques estratégicos más fiables para apartar a una empresa de sus rivales.	Comprende el rol de las estrategias de negocio en la dinámica y movimiento de una compañía en la dirección deseada. Comprende la importancia en implementar objetivos estratégicos y financieros y el factor de talento asociados a su formulación. Comprende que las estrategias de negocio evolucionan con el tiempo.	Unidad 1. Formulación de la estrategia El concepto y la formulación de la estrategia. Las cinco tareas de la planificación estratégica. La dirección de la empresa: desarrollo de una visión estratégica, formulación de objetivos y desarrollando una estrategia.

	Analiza la estrategia de negocio basada en un modelo de negocios y como proceso continuo.	Las diversas formas de ser diferente. La importancia del descarte. La importancia del calce.
2. Evalúa la elección y coherencia estratégica de una organización de acuerdo con sus objetivos.	Comprende los conceptos básicos y herramientas analíticas para diagnosticar la industria de la empresa. Analiza los factores que causan que la competencia en una industria sea intensa, normal o débil. Analiza si las perspectivas de la industria son atractivas para la empresa o no.	Unidad 2. Efecto de la estructura de la industria Las dimensiones del desempeño de mercado. Influencia de la estructura de mercado en el poder del mercado: concentración y barreras de entrada. Estructuras naturales de mercado. Selección de la orientación competitiva de su empresa.
3. Propone estrategias a partir de los análisis FODA, factores clave de éxito, matriz BAFI, entre otros, en el contexto de la dirección estratégica.	Comprende cómo evaluar la situación interna e identificar las fortalezas de los recursos. Analiza cómo y por qué las actividades desempeñadas internamente y aquellas desempeñadas externamente por proveedores y canales de distribución determinan la estructura de la empresa. Analiza el rol de la industria y la situación interna para identificar los temas estratégicos que deben abordar los gerentes. Analiza la importancia de la cadena de valor y su efecto sobre la estructura de costos de la empresa. Evalúa la fortaleza competitiva de la empresa y los factores claves del éxito.	Unidad 3. Implementación de estrategia Funcionamiento de la estrategia actual de la empresa. Recursos y capacidades de la empresa. Análisis FODA y sus ventajas La Matriz BAFI Marco para la ejecución de la estrategia.
4. Explica la consistencia de las estrategias de la organización y el liderazgo gerencial efectivo para lograr los objetivos de manera exitosa.	Analiza la importancia de clientes y productos de importancia estratégica, tamaño y rentabilidad. Comprende la relación entre una buena estrategia y las acciones gerenciales astutas. Analiza los motivos por los cuales los gerentes no reconocen la rentabilidad de los clientes y productos. Reconoce qué temáticas deben considerarse en organizar el esfuerzo de trabajo. Analiza los elementos claves de la cultura corporativa de una empresa. Explica la relación entre la cultura de una compañía y la ejecución eficiente de la estrategia.	Unidad 4: Cultura corporativa, Liderazgo y renovación estratégica Los clientes y productos de importancia estratégica, tamaño y rentabilidad El reconocimiento de la rentabilidad de los clientes y productos. Las principales tareas de la ejecución de la estrategia. Vinculación de los presupuestos a la estrategia. Creación de políticas y procedimientos que apoyan la estrategia. Institución de las mejores prácticas y el compromiso con el mejoramiento continuo. Cultura corporativa y atributos clave para la buena ejecución de la estrategia. Liderazgo en el proceso de ejecución estratégica.



ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

De acuerdo con el Modelo Educativo de la Universidad Autónoma, la metodología de enseñanza-aprendizaje propuesta para el desarrollo del curso se basa en un enfoque activo-participativo, que implica desplegar una serie de estrategias metodológicas, previamente seleccionadas por el docente, tales como:

- Exposición
- Método de casos
- Lecturas previas
- Talleres

PROCEDIMIENTOS EVALUATIVOS

Los resultados de aprendizaje para esta asignatura serán evaluados mediante los siguientes procedimientos:

Nº	PROCEDIMIENTO	INSTRUMENTO	EVIDENCIA	PONDERACIÓN
1	Aprendizaje basado en casos	Rúbrica	Informe de análisis	50%
2	Aprendizaje basado en casos	Rúbrica	Exposición defensa del caso	50%

ESCALA DE EVALUACIÓN (marcar la que corresponde)

Escala numérica Nota (1,0 a 7,0)	X
Escala alfanumérica (Conceptual)	

RECURSOS DE APOYO A LA DOCENCIA

LABORATORIO No requiere

MATERIAL EDUCATIVO Casos y notas técnicas elaboradas y recopiladas por los docentes.

SOFTWARE

OTROS

RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS

BÁSICA

HITT, M.; Ireland, D. y Hoskisson, R. Administración Estratégica: competitividad y globalización. Conceptos y Casos. 11ª ed. México: Cengage Learning, 2015. 404p.

JOHNSON, G.; SCHOLES, K.; WHITTINGTON, R. Dirección Estratégica. 7ª Ed. Madrid, Pearson Educación, S.A. 2006. 683p.

LAMBIN, J., GALLUCCI, C., SICURELLO, C. Dirección de Marketing: gestión estratégica y operativa del mercado. 2ª ed. México, Mc Graw Hill, 2009. 596p.

THOMPSON, A. y Strickland, A.J. Administración Estratégica: teoría y casos. 19ª ed. México: Mc Graw Hill, 2015. 534p.

COMPLEMENTARIA

CHARAN, R. Lo que tu jefe quiere que sepas: descubre cómo realmente funcionan las empresas. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica, 2002. 159p.

DAVIS, Fred. Conceptos de administración Estratégica. México: Pearson Educación, 2017. 393p.

MEDIOS ELECTRÓNICOS:

Porter, Michael E. ¿Qué es la estrategia? Harvard Business Review, 100-116. Publicado original en 1996. 2011. Disponible en: <https://www.ucipfe.com/Repositorio/MAES/MAES-03/03michael/ESTRATEGIA%20MPORTER%202011.pdf>

PERFIL DOCENTE PARA LA ASIGNATURA	
Título Profesional	Ingeniero Comercial, Ing. Civil Industrial, o afín.
Grado Académicos	Magíster o Doctor.
Especialización	Experiencia Directiva, Consultora o Asesora en empresas, al menos de 5 años.
Otros antecedentes	Habilidades de comunicación, trabajo en equipo, liderazgo y capacidades de gestión.

PROGRAMAS DE ASIGNATURA

CÓDIGO	MDRH107	NOMBRE	SISTEMA Y PROCESO DE RECURSOS HUMANOS		
		TRADUCCIÓN			
	SEMESTRAL		CRÉDITOS (SET)		4
	ANUAL		HORAS CRONOLÓGICAS TOTALES		119
REGIMEN			HORAS CRONOLÓGICAS PRESENCIALES O DIRECTAS		26
	OTRO	X	HORAS CRONOLÓGICAS TRABAJO AUTÓNOMO		93
EQUIVALENCIA					
TIPO DE ACTIVIDAD		ASIGNATURA	INVESTIGACIÓN o AFE	PUBLICACIÓN u otra actividad académica	EXAMEN (tipo formativo)
		X			
DESCRIPCIÓN GENERAL					
En este módulo los estudiantes se insertan en la dirección de RRHH y tiene como propósito que comprendan el sistema y respectivos subsistemas de RRHH de la organización, conozcan los factores, procesos y técnicas necesarias para planificar, gestionar, controlar y desarrollar procedimientos que faciliten la administración de recursos humanos con relaciones de trabajo estables, eficientes, creativas y productivas.					
Conceptualmente el estudiante comprende la importancia de generar procesos que enlacen los distintos subsistemas de RRHH de la organización. Procedimentalmente, los estudiantes adquieren y aplican herramientas para visualizar esta área en forma sistémica. Actitudinalmente, los estudiantes exploran buenas prácticas de gestión de RRHH para contribuir a la productividad.					
Las estrategias metodológicas se centran en el estudiante y comprenden lecturas previas, análisis de casos y desarrollo de talleres en forma individual como grupal, para desarrollar un plan de negocios y fundamentar la toma de decisiones para potenciar los equipos de trabajo que se lidera. Las evaluaciones se llevarán a cabo a través de rúbricas de exposiciones que permitan dar cuenta de la correcta resolución de un caso de empresa.					
COMPETENCIAS DEL PERILO A LAS QUE TRIBUTA LA ASIGNATURA					
CD1. Desarrolla un enfoque sistémico e innovador en el ámbito de la gestión y la dirección de recursos humanos y/o personas para sustentar la toma de decisiones en el quehacer profesional, la mejora continua y el cumplimiento de objetivos de la organización.					
CD2. Aplica conocimientos teóricos, técnicas, procedimentales e interpersonales del ámbito de la administración y la gestión de personas al contexto profesional y organizacional del mundo globalizado.					

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	INDICADORES DE DESEMPEÑO	CONTENIDOS
1. Analiza el funcionamiento e interacciones del sistema y subsistemas de la gestión de RRHH.	Comprende las responsabilidades y funciones de la gestión de RRHH, desde la dotación al desarrollo. Analiza los factores que inciden en la gestión de personas, como ambiente externo e interno. Explica los conceptos de arquitectura organizacional y desarrollo del alto potencial. Distingue los conceptos de tarea, función y cargo, desde la descripción de actividades, resultados y competencias.	Unidad 1. La función y planificación de Recursos Humanos Política de RRHH Diseño de puestos y funciones Descripción de cargos