



Misión

Somos un Programa Educativo basado en un enfoque de aprendizaje en competencias que forma profesionales, líderes, éticos y con responsabilidad social. Así mismo, emprendedores con capacidad disruptiva, para adecuar estrategias de productos y servicios que cubran las necesidades y expectativas con los requerimientos del mercado, tanto local, nacional como internacional. De igual forma, contribuir al desarrollo de la región en el ámbito de influencia del Centro Universitario de la Costa Sur. Mediante estrategias de sustentabilidad, respeto por el medio ambiente físico y social, igualdad de género y equidad.

Perfil de egreso de la licenciatura en Administración

1. Poseerá los conocimientos teóricos, técnicos y metodológicos que le permitan aplicarlos en la gestión responsable, eficaz y eficiente de las organizaciones privadas, públicas y sociales.
2. Será capaz de desarrollarse en el ámbito internacional de manera pertinente y eficaz, además desarrollará capacidades para la investigación que le permitan generar conocimiento y poseer información de calidad para el cambio organizacional.
3. Tendrá las habilidades interpersonales y principios éticos para tomar decisiones, trabajar en equipo, negociar, dirigir y lograr los objetivos organizacionales con apego a las leyes, normas, principios y valores que rigen a la sociedad.
4. Desarrollará el espíritu emprendedor para la innovación en los procesos organizacionales y la generación de nuevas oportunidades de negocio, incorporando nuevas tecnologías de la información y la comunicación, desde una perspectiva global y sustentable.
5. Será analítico, crítico, reflexivo, capaz de ejercer como empresario, promotor, director, consultor, asesor e investigador; coadyuvando en la solución de problemas de las organizaciones y del entorno económico, político y social.

1.- IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario de la Costa Sur

2.- DEPARTAMENTO

Ciencias de la Administración

3.- NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE / MATERIA

Responsabilidad Social Corporativa

3.1- ÁREA DE FORMACIÓN

Básica Particular Especializante Obligatoria

CICLO	CLAVE	TIPO	HRS. PRÁCTICA	HRS. TEORÍA	CREDITOS	REQUISITOS
6to.	I5115	Curso-Taller	40	20	6	Administración I y II

4.- ELABORADO POR

Dr. César Amador Díaz Pelayo



5.- FECHA DE ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN

7 de junio de 2024

6.- NOMBRE DEL PROFESOR

Dr. César Amador Díaz Pelayo, Ph Marketing

7.- FORMACIÓN ACADEMICA

Licenciatura en Administración de Empresas, Maestría en Administración y Doctorado en Dirección y Mercadotecnia

8.- EXPERIENCIA PROFESIONAL

Profesor docente adscrito al Departamento de Ciencias de la Administración, consultor empresarial, Miembro del Sistema nacional de Investigadores y Perfil PRODEP.

9.- OBJETIVOS GENERALES

1. Familiarizar a los participantes con los fundamentos éticos y legales de la RSC.
2. Explorar cómo la RSC puede generar valor tanto para las empresas como para la sociedad en general.
3. Analizar las diferentes dimensiones de la RSC, que pueden incluir aspectos ambientales, sociales, económicos y de gobernanza.
4. Examinar casos prácticos y estudios de empresas que han implementado exitosamente estrategias de RSC.
5. Fomentar el desarrollo de habilidades para la integración efectiva de la RSC en la toma de decisiones empresariales.
6. Promover la reflexión crítica sobre los desafíos y oportunidades asociados con la implementación de prácticas de RSC.
7. Inspirar a los participantes a ser agentes de cambio positivo en sus organizaciones y comunidades, impulsando una cultura de responsabilidad y sostenibilidad.
8. En resumen, el objetivo general es capacitar a los participantes para comprender, valorar y aplicar los principios de la RSC en sus roles profesionales y contribuir al desarrollo de empresas socialmente responsables y sostenibles.

10.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

Fundamentos éticos y legales de la RSC:

Comprender los principios éticos que guían las prácticas de RSC.

Conocer la legislación nacional e internacional relacionada con la RSC.

Analizar casos éticos y legales en el contexto de la RSC.

Generación de valor para empresas y sociedad:

Identificar y evaluar los beneficios empresariales de la RSC, como mejora de la reputación, mitigación de riesgos y acceso a nuevos mercados.

Analizar el impacto social y ambiental positivo que puede generar la RSC en las comunidades y la sociedad en general.

Análisis de las dimensiones de la RSC:



Explorar las diferentes dimensiones de la RSC, incluyendo el impacto ambiental, social, económico y de gobernanza.

Comprender cómo estas dimensiones interactúan dentro del contexto empresarial.

Estudios de casos prácticos:

Analizar casos reales de empresas que han implementado estrategias de RSC con éxito.

Extraer lecciones aprendidas de estos casos y aplicarlas a situaciones similares.

Desarrollo de habilidades para la integración de la RSC:

Adquirir habilidades prácticas para integrar la RSC en la toma de decisiones empresariales.

Aprender a desarrollar e implementar estrategias de RSC efectivas y sostenibles.

Reflexión crítica sobre desafíos y oportunidades:

Identificar y analizar los desafíos y oportunidades asociados con la implementación de prácticas de RSC.

Fomentar la reflexión crítica sobre cómo abordar estos desafíos de manera efectiva.

Inspiración para ser agentes de cambio:

Motivar a los participantes a convertirse en agentes de cambio positivo en sus organizaciones y comunidades.

Fomentar una cultura de responsabilidad y sostenibilidad en el entorno empresarial y más allá.

11.-ATRIBUTOS O SABERES

SABERES	CONTENIDOS
Teóricos (Conocimientos)	<p>El curso de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), abordara conceptos teóricos como ética empresarial, desarrollo sostenible, gobierno corporativo, gestión ambiental, responsabilidad hacia los stakeholders, informes de sostenibilidad y estrategias de RSC. Incluye temas como derechos humanos, diversidad e inclusión, y filantropía corporativa.</p>
Metodológicos (Aptitudes, capacidades y habilidades)	<p>Capacidad analítica: Ser capaz de analizar problemas complejos desde múltiples perspectivas y entender cómo las decisiones corporativas impactan en diversos grupos de interés.</p> <p>Habilidades de comunicación: Ser capaz de comunicar claramente los objetivos y estrategias de RSC tanto dentro como fuera de la organización, y ser capaz de influir en las partes interesadas para lograr el compromiso y la acción.</p> <p>Pensamiento estratégico: Ser capaz de identificar oportunidades para integrar la RSC en la estrategia general de la empresa y entender cómo puede contribuir al éxito a largo plazo de la organización.</p> <p>Habilidades de liderazgo: Ser capaz de liderar equipos y motivar a otros para comprometerse con los valores y principios de la RSC, así como ser un modelo a seguir en términos de conducta ética y responsabilidad.</p> <p>Conocimiento técnico: Tener una comprensión sólida de los marcos conceptuales y herramientas prácticas utilizadas en la gestión de la RSC, como los estándares de informes de sostenibilidad, las metodologías de evaluación de impacto social y ambiental, y las mejores prácticas en materia de ética empresarial.</p>



	<p>Empatía y sensibilidad social: Ser capaz de comprender las necesidades y preocupaciones de diversos grupos de interés, incluidos empleados, clientes, comunidades locales y grupos de defensa, y ser capaz de responder de manera empática y efectiva.</p> <p>Resolución de problemas: Ser capaz de identificar y abordar desafíos relacionados con la RSC de manera creativa y efectiva, buscando soluciones innovadoras y sostenibles.</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo: Ser capaz de colaborar con colegas de diferentes áreas funcionales y culturas organizacionales para implementar iniciativas de RSC de manera efectiva y alcanzar objetivos comunes.</p>
Formativos (Valores y actitudes alineados a los ODS)	<p>Compromiso con la sostenibilidad: Valorar la importancia de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas propias (ODS 12 - Producción y consumo responsables).</p> <p>Ética y responsabilidad: Actuar de manera ética en todas las operaciones comerciales y asumir la responsabilidad de las acciones y sus impactos en la sociedad y el medio ambiente (ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas).</p> <p>Inclusión y equidad: Promover la igualdad de oportunidades para todos, independientemente de su género, edad, origen étnico, orientación sexual o cualquier otra característica personal (ODS 5 - Igualdad de género, ODS 10 - Reducción de las desigualdades).</p> <p>Respeto por los derechos humanos: Asegurar que todas las personas sean tratadas con dignidad y respeto, y trabajar para prevenir violaciones de los derechos humanos en todas las operaciones comerciales y en la cadena de suministro (ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas).</p> <p>Colaboración y asociación: Reconocer la importancia de la colaboración entre empresas, gobiernos, organizaciones sin fines de lucro y la sociedad civil para abordar los desafíos globales y alcanzar los ODS de manera efectiva (ODS 17 - Alianzas para lograr los objetivos).</p> <p>Cuidado del medio ambiente: Promover prácticas empresariales que minimicen el impacto negativo en el medio ambiente, incluida la reducción de la huella de carbono, la conservación de recursos naturales y la protección de la biodiversidad (ODS 13 - Acción por el clima, ODS 14 - Vida submarina, ODS 15 - Vida de ecosistemas terrestres).</p> <p>Transparencia y rendición de cuentas: Ser transparente en las actividades comerciales y en la divulgación de información sobre el desempeño en materia de sostenibilidad, permitiendo que las partes interesadas evalúen el impacto social y ambiental de la empresa (ODS 12 - Producción y consumo responsables, ODS 16 - Paz, justicia e instituciones sólidas).</p>



12.- CONTENIDO TEÓRICO - PRÁCTICO

Unidad 1. Generalidades de la Responsabilidad Social Corporativa. 10 horas

- 1.1 Concepto de empresa, organización y corporación.
- 1.2 Características de una empresa, organización y corporación.
- 1.3 Principales conceptos de Responsabilidad Social
- 1.4 Dimensión Económica
- 1.5 Dimensión Social
- 1.6 Dimensión Sustentable
- 1.7 Beneficios de las corporaciones que adquieren prácticas con responsabilidad social.

Unidad 2. Grupos de Interés en la Responsabilidad Social Corporativa.

15 horas

- 2.1. Distinguir qué es un grupo de interés.
- 2.2 Clasificación de los grupos de interés
- 2.3 Ejemplificar la importancia de los grupos de interés con la Responsabilidad Social.
- 2.4 Entre la convicción y la conveniencia con la Responsabilidad Social Corporativa.

Unidad 3. Herramientas de Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.

20 horas

- 3.1. Principios de Responsabilidad Social
- 3.1.1 Pacto Mundial de la ONU
- 3.1.2 Directrices de la OCDE
- 3.1.3 Principios de Coalición de Economías Responsables del Medio Ambiente (CERES)
- 3.2 Instrumentos de Responsabilidad Social.
- 3.2.1 Estándar de Aseguramiento AA1000
- 3.2.2 ISO 26000
- 3.2.3 Norma Mexicana de Responsabilidad Social
- 3.2.4 Global Reporting Initiative (GRI)
- 3.3 Indicadores de Responsabilidad Social
- 3.3.1 SA 8000 (Social Accountability International)
- 3.3.2 Ethos (Instituto Ethos de Empresa y Responsabilidad Social)

Unidad 4. Acciones sociales. 15 horas

- 4.1 Realizar en equipo actividades prácticas con causa social para una organización no lucrativa.

13.-MODALIDADES DEL PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE (METODOLOGÍA)

13.1.- TÉCNICAS DE ENSEÑANZA

- 1. Exposición docente a partir de conocimientos teóricos y casos de estudio que permitan el debate y reflexión académica de los estudiantes.
- 3. Realización de actividades para el desarrollo del pensamiento crítico y analítico.
- 4. Implementación de actividades de clase (trabajo en equipo, actividades colaborativas, debates, dinámicas).
- 5.



Plan educativo
Licenciatura en Administración

6. Desarrollo de competencias transversales como la disciplina, el respeto, la tolerancia, la responsabilidad, el trabajo en equipo y multidisciplinario, la colaboración, la creatividad, la investigación, la ética profesional, el pensamiento crítico y analítico, la comunicación oral y escrita, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
7. Realización de actividades prácticas para la evaluación de los aprendizajes a partir de la experiencia en la implementación del conocimiento.
8. Implementación de rúbricas aprobadas (anexas) para la evaluación.

13.2.- TAREAS O ACCIONES

Realizar visitas a empresas que permitan la vinculación de los estudiantes con la práctica profesional en la que se desarrollan técnicas de gestión, producción y resultados. Asistir a eventos académicos institucionales, congresos o seminarios que faciliten la vinculación con la experiencia de los sectores productivos. Desarrollo de productos de investigación, aplicación de técnicas de observación para el diagnóstico organizacional y solución de problemas organizacionales o de mercado.

14.- ACREDITACIÓN

De conformidad a lo que establece el Capítulo IV y V del Reglamento General de Evaluación y Promoción de la Universidad de Guadalajara.

DE LA EVALUACIÓN CONTINUA DEL CURSO

Artículo 20. Para que el alumno tenga derecho al registro del resultado final de la evaluación en el periodo ordinario, establecido en el calendario escolar aprobado por el H. Consejo General Universitario, se requiere:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente, y
- II. Tener un mínimo de asistencia del 80% a clases y actividades registradas durante el curso.

CAPÍTULO V DE LA EVALUACIÓN EN PERIODO EXTRAORDINARIO

Artículo 24. La evaluación en periodo extraordinario deberá versar sobre el contenido global de la materia, se realizará a través de los medios o instrumentos diseñados, aplicados y calificados por el profesor de la materia, bajo la supervisión de la academia correspondiente.

Artículo 25. La evaluación en periodo extraordinario se calificará atendiendo a los siguientes criterios:

- I. La calificación obtenida en periodo extraordinario, tendrá una ponderación del 80% para la calificación final;
- II. La calificación obtenida por el alumno durante el periodo ordinario, tendrá una ponderación del 40% para la calificación en periodo extraordinario, y
- III. La calificación final para la evaluación en periodo extraordinario será la que resulte de la suma de los puntos obtenidos en las fracciones anteriores.

Artículo 27. Para que el alumno tenga derecho al registro de la calificación en el periodo extraordinario, se requiere:

- I. Estar inscrito en el plan de estudios y curso correspondiente.
- II. Haber pagado el arancel y presentar el comprobante correspondiente.
- III. Tener un mínimo de asistencia del 65% a clases y actividades registradas durante el curso.



15.- PLAN DE EVALUACIÓN

Los criterios serán determinados por la academia correspondiente.

CRITERIO	PORCENTAJE
Reporte de lecturas	15%
Casos prácticos	20%
Trabajo en equipo	15%
Proyecto final	50%
TOTAL	100%

La ponderación de los criterios a evaluar, quedará a criterio de cada maestro que imparte la materia al inicio de cada ciclo escolar de acuerdo a la metodología. Nota: solo serán consideradas con valor a calificación la participación en las actividades de vinculación relativas al Congreso Internacional de Ciencias de la Administración, o bien, a las actividades de carácter institucional que se realicen o autoricen por el Departamento.

16.- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

No.	TITULO COMPLETO	EDICIÓN	AUTOR	AÑO DE EDICIÓN	EDITORIAL
1	Responsabilidad Social Empresarial	1	Raufflet, Emmanuel	2012	Pearson
2	Responsabilidad Social Corporativa	1	Suárez-Nuñez T. y Lara G. G	2012	IMEF
3	Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica	2	Navarro García, Fernández	2014	Alfaomega
4	Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad	1	Reyes Iturbide Jorge	2017	Limusa

17. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

No.	TITULO COMPLETO	EDICIÓN	AUTOR	AÑO DE EDICIÓN	EDITORIAL
1	Ética y Responsabilidad Social Corporativa	2da	María Jesús García Vega	2020	DESIC
2	La Responsabilidad Social de la Empresa	1ra	Manuel Velázquez Pérez	2012	Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso para eumed.net

18. REFERENCIAS EN OTRO IDIOMA



Plan educativo
Licenciatura en Administración

No.	TITULO COMPLETO	EDICIÓN	AUTOR	AÑO DE EDICIÓN	EDITORIAL
1	Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context	2da	Andrew Crane, Dirk Matten, Laura Spence	2012	Business, Environmental Science, Economics
2	Strategic Corporate Social Responsibility: Sustainable Value Creation	6ta	David Chandler	2022	SAGE Publications

19. PÁGINAS WEB DE CONSULTA

No.	PAGINA / DIRECCIÓN	TEMA	ACTIVIDAD A DESARROLLAR
1	Global Reporting Initiative (GRI) - https://www.globalreporting.org/	Su sitio web ofrece acceso a los estándares GRI, así como recursos y herramientas para empresas que deseen informar sobre su desempeño en materia de RSC.	Investigación de temas
2	Ethical Corporation - https://www.ethicalcorp.com/	Es una plataforma de información sobre RSC que ofrece noticias, análisis, estudios de casos y eventos relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad empresarial.	Investigación de temas

Vo. Bo. _____
Presidente de la Academia

Vo. Bo. _____
Dr. César Amador Díaz Pelayo
Jefe del Departamento

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de la Costa Sur
División de Estudios Sociales y económicos
Departamento de Ciencias de la administración



Plan educativo
Licenciatura en Administración

**Fecha y firma de recibido el programa
(Representante de grupo)**