

SÍLABO

Responsabilidad Social Empresarial

Código	ASUC01526	Carácter	Obligatorio
Prerrequisito	140 créditos aprobados		
Créditos	4		
Horas	Teóricas	4	Prácticas 0
Año académico	2022		

I. Introducción

Responsabilidad Social Empresarial es una asignatura obligatoria y transversal que se ubica en el noveno periodo de la facultad de Ciencias de la Empresa. Tiene como prerrequisito haber aprobado 140 créditos. La asignatura desarrolla, a nivel logrado, la competencia transversal Evaluación del Entorno de Negocios. En virtud de lo anterior, su relevancia reside en propiciar propuestas de sistemas de gestión que generen valor económico y valor social a través de negocios sostenibles que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población.

Los contenidos que la asignatura desarrolla son los siguientes: desarrollo sostenible, ética, filantropía y responsabilidad social, responsabilidad de la empresa ante los consumidores, estrategias de responsabilidad social empresarial, prácticas responsables en pequeñas y medianas empresas, el desarrollo de las relaciones industriales.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de evaluar las consecuencias de la gestión empresarial en el entorno de negocios, gestionando la responsabilidad social empresarial y proponiendo sistemas de gestión que generen valor, tanto económico como social, y negocios sostenibles que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de la población.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1		Duración en horas	
Introducción al concepto de responsabilidad social empresarial (RSE)			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el concepto de la RSE y su evolución en el tiempo, desde sus inicios hasta la actualidad.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evolución de la RSE 2. Ética y economía: ¿una contradicción inevitable? 3. Instrumentos de gestión de la RSE 4. Desarrollo sustentable 		

Unidad 2		Duración en horas	
Responsabilidad social empresarial, problemática y actores sociales			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar los desafíos éticos de la gestión empresarial en diversos entornos socioeconómicos y culturales.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El desarrollo humano y sus implicaciones 2. Identificación y diálogo con los grupos de interés 3. RSE estratégica 4. Gobierno corporativo y RSE 		

Unidad 3		Duración en horas	
Responsabilidad social empresarial en las áreas funcionales de la organización			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de evaluar el proceso de gestión de los recursos humanos y de marketing a la luz de la responsabilidad social empresarial.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. RSE y la gestión de recursos humanos 2. Lo social como estrategia de marketing 3. Logística con RSE 4. Relaciones responsables de empresas y las ONG 		

Unidad 4		Duración en horas	
Nuevas tendencias en el estudio de la responsabilidad social empresarial			16
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar la aplicación de los conceptos de la responsabilidad social empresarial al contexto de las pymes y los efectos de actos de corrupción y soborno.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. RSE, corrupción y soborno 2. Creación de valor mezclado en las pymes 3. Desarrollo de proveedores 4. Conclusiones: la RSE ha llegado para quedarse 		

IV. Metodología

Modalidad Presencial – Virtual

La estrategia metodológica aplicada es experiencial y colaborativa. Se presentarán los temas del contenido y luego se hará el desarrollo de casos prácticos relacionados con el tema y a su vez con preguntas de discusión que ayuden al estudiante a deducir sus propias proposiciones de lo discutido. Las evaluaciones van a estar centradas en la solución de casos grupales.

Se utilizarán las siguientes estrategias y/o técnicas:

- aprendizaje colaborativo,
- aprendizaje experiencial,
- estudio de casos,
- aprendizaje basado en problemas.

Modalidad Semipresencial – Virtual / Educación a Distancia

La estrategia metodológica aplicada es experiencial y colaborativa, y se va a utilizar presentando los temas del contenido y luego el desarrollo de casos prácticos relacionados al tema; asimismo, se harán preguntas de discusión que ayuden al estudiante a deducir sus propias proposiciones de lo discutido. La asignatura promueve el aprendizaje activo en los estudiantes en las actividades de cada semana, ya sea a través de lecturas, discusiones de casos aplicativos, el desarrollo de trabajo prácticos y la participación en foros de discusión. Las evaluaciones van a estar centradas en la solución de casos grupales.

Se utilizarán las siguientes estrategias y técnicas:

- aprendizaje colaborativo,
 - aprendizaje experiencial,
 - estudio de casos,
 - aprendizaje basado en problemas,
 - *flipped classroom*.
-

V. Evaluación
Modalidad Presencial – Virtual

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %	
Consolidado 1 C1	1	Semana 4	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	60 %	20 %
	2	Semana 7	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación		
			- Actividades de trabajo autónomo en línea	40 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	25 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 12	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	60 %	20 %
	4	Semana 15	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación		
			- Actividades de trabajo autónomo en línea	40 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	- Ejercicios grupales de análisis de casos / Rúbrica de evaluación	35 %	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Semipresencial – Virtual

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable/Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	25 %
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	35 %
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Modalidad Educación a Distancia

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable/Instrumento	Peso
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %
Consolidado 1 C1	1	Semana 2	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 4	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	25 %
Consolidado 2 C2	3	Semana 6	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	20 %
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 8	- Desarrollo individual de análisis de casos en plataforma virtual / Rúbrica de evaluación	35 %
Evaluación sustitutoria *	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica	

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (20 \%) + EP (25 \%) + C2 (20 \%) + EF (35 \%)$$

VI. Bibliografía

Básica

Ganessa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la responsabilidad social empresarial en el Perú y el mundo*. Perú 2021. <https://cutt.ly/QWVgYQv>

Vives, A. y Peinado, E. (Eds.) (2011). *Responsabilidad social de la empresa en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://cutt.ly/QWVgYQv>

Complementaria

Hartman, L., DesJardins, J., y Espinoza, F. (2013). *Ética en los negocios*. McGrawHill Education.

Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. (2.ª ed.). ESIC.

Raufflet, E., Lozano, J., Barrera, E., y García, C. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. Pearson.

Velásquez, M. (2006). *Ética en los negocios. Conceptos y casos*. Pearson.

VII. Recursos digitales

Euler Terán. (3 de setiembre 2015). *[NatGeo]-Mentes Brillantes. Steve Jobs vs Bill Gates* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=OtPY-yMLpwA>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (16 de junio de 2020,). *Proteger el derecho a la infancia*. <http://www.fao.org/fao-stories/article/es/c/1140049/>