



UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
Facultad de Ciencias Administrativas
Escuela Profesional de Administración

SILABO
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EMPRESARIAL

I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. Código	:	061856
1.2. Ciclo	:	VIII
1.3. Créditos	:	3
1.4. Área curricular	:	Formación Profesional
1.5. Condición	:	Electivo
1.6. Semestre Académico	:	2018 - II
1.7. Duración	:	16 semanas: 64 horas
1.8. Horas semanales	:	4 HT: 2 HP: 2
1.9. Requisitos	:	Ninguno
1.10. Facultad	:	Ciencias Administrativas
1.11. Escuela Profesional	:	Administración.
1.12. Profesores	:	Comisión Académica
1.13. Texto Básico	:	Reynoso Manuel. 2006. <i>Responsabilidad Social competitiva</i> . Colombia: Editorial Universidad Técnica Federico Santa María. <i>Empresarial como ventaja</i>

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesión, es de naturaleza teórica y práctica tiene por propósito que los estudiantes asuman responsabilidad frente a la contaminación y calentamiento global, así como la conservación de los recursos naturales, distinguiendo aspectos económico – legales y ético - filantrópicas, en el cumplimiento del rol social de la empresa.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Responsabilidad Social Empresarial. II. Administración por Valores. III. Marketing Ecológico y Ambiental. IV. Gestores y La Responsabilidad Social Empresarial.

III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Desarrolla y profundiza una cultura de conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios.

IV. CAPACIDADES

- Reconoce los principales enfoques e instrumentos de evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial, valorando su importancia en la conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad.
- Aplica principios y herramientas de valoración ambiental, con criterio de sostenibilidad en el desarrollo empresarial.
- Aplica conceptos y estrategias de marketing ecológico y ambiental para el uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios.
- Evalúa las prácticas de responsabilidad social empresarial de los gestores de negocios, con enfoque de desarrollo sostenible y transparencia.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
CAPACIDAD: Reconoce los principales enfoques e instrumentos de evaluación y medición de la responsabilidad social empresarial, valorando su importancia en la conservación y preservación del medio ambiente y uso racional de los recursos de la biodiversidad.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Apertura a la Innovación ▫ Honestidad Intelectual 			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
1	Responsabilidad Social Empresarial	Discutir y proponer en quipos de trabajo ideas para la conservación y preservación del medio ambiente, como RSE.	Clase magistral	2
			Caso Prácticos y Trabajo en equipo	2
2	Responsabilidad Social según el Banco Mundial.	Analiza los 10 principios del Pacto Global y la teoría de la pirámide.	Exposición Académica y Diálogo	2
			Trabajo en equipo	2
3	Importancia de la Responsabilidad Social Ambiental Corporativa.	Debatir desde un punto de vista ético las ventajas competitivas, beneficios de la RSE	Clase magistral	2
			Caso Prácticos y Trabajo en equipo.	2
4	Instrumentos y Normas Internacionales para Evaluar y Medir la RSE.	Resumen de los ISOS 14000, 26000.	Clase magistral	2
			Caso Prácticos y Trabajo en equipo.	2
Referencia: ▫ Solano, D. 2009. <i>Responsabilidad Social: Estrategias Sostenibles para el Desarrollo y la Competitividad</i> . Perú. Editorial ESAN.				

UNIDAD II: ADMINISTRACIÓN POR VALORES				
CAPACIDAD: Aplica principios y herramientas de valoración ambiental, con criterio de sostenibilidad en el desarrollo empresarial.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Actitud ecológica ▫ Actitud reflexiva 			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
5	Administración por Valores	Casos prácticos sobre ética y RSE, debate sobre ISO 14000, sus compromisos y alcances.	Clase magistral	2
			Caso Prácticos y Trabajo en equipo	2
6	Aspectos Ambientales	Discusión y debate de los 11 principios para la elaboración de las memorias de sostenibilidad, seguridad y salud ocupacional.	Clase magistral	2
			Exposiciones y Trabajo en equipo	2
7	Que es OHSAS 18000	Debate y dialogo de la ISO 26000, 18000, etiquetas sociales.	Clase magistral	2
			Diálogo	2
			Trabajo en equipo	2
8	Evaluación Parcial		Demostración	4
Referencia: ▫ Olcese, A.; Rodríguez, M. A.; Alfaro, J. (2008). <i>Manual de la Empresa Responsable y Sostenible</i> . México: Editorial McGraw Hill.				

UNIDAD III: MARKETING ECOLÓGICO Y AMBIENTAL				
CAPACIDAD: Aplica conceptos y estrategias de marketing ecológico y ambiental para el uso racional de los recursos de la biodiversidad, asumiendo compromiso y responsabilidad en la producción de bienes y servicios.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<input type="checkbox"/> Actitud para Negociar <input type="checkbox"/> Actitud para Solucionar Problemas			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
9	Marketing Ecológico y Ambiental	Caso práctico grupal sobre econegocios, marketing ecológico y marketing sustentable.	Clase magistral	2
		Voluntariado para prácticas de RSE basado en valores.	Trabajo en equipo	2
10	La Mezcla de Mercadeo	Videos sobre Marketing Mix y dialogo sobre los efectos de la publicidad.	Clase magistral	2
			Diálogo y Trabajo en equipo	2
11	Merchandising en el Programa de Ventas (PDV)	Casos prácticos de Merchandising y seguridad informática.	Clase magistral	2
			Diálogo y Trabajo en equipo	2
Referencia: <input type="checkbox"/> Consejo Europeo de Estocolmo (2001). <i>Libro Verde de RSE</i> . Suecia.				

UNIDAD IV: GESTORES Y LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				
CAPACIDAD: Evalúa las prácticas de responsabilidad social empresarial de los gestores de negocios, con enfoque de desarrollo sostenible.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<input type="checkbox"/> Actitud para Gestionar <input type="checkbox"/> Responsabilidad			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
12	Gestores y la Responsabilidad Social Empresarial	Conformación de equipos para analizar y dialogar los procesos de calidad y mejora continua	Clase magistral	2
			Diálogo y Trabajo en equipo	2
13	Valor de la RSE para la Empresa	Debate y dialogo de los beneficios de la RSE y sus aportes para la empresa, midiendo transparencia y gobernabilidad	Clase magistral	2
			Diálogo y Trabajo en equipo	2
14	Stakeholder	Casos prácticos sobre los públicos que conforman los stakeholder relacionado con el medio ambiente y ciclo de vida de los productos.	Clase magistral	2
			Diálogo y Trabajo en equipo	2
15	Proveedores	Discusión y dialogo sobre trabajo infantil, comunidad y órganos de gobierno	Clase magistral	2
16	Evaluación Final			2
Referencias: <input type="checkbox"/> Consejo Europeo de Estocolmo (2001). <i>Libro Verde de RSE</i> . Suecia.				

VI. METODOLOGÍA

6.1. Estrategias centradas en la enseñanza

- a. Estudio de casos
- b. Trabajo en equipo
- c. Exposición dialogada
- d. Dinámica de Grupos

6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- a. Exposición problémica
- b. Inducción
- c. Demostración

VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- Equipos informáticos
- Multimedia
- Separatas
- Guías de aprendizaje y autoaprendizaje

VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente Tabla:

Evaluación Académicas	Peso
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación de Proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- **Antes: prueba de entrada.**-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- **Durante: Evaluación de Proceso.**- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- **Examen: Parcial y Final.**- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

IX. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

9.1. Fuentes bibliográficas

- Reynoso, M. (2006). *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Colombia: Editorial Universidad Técnica Federico Santa María.
- Solano Cornejo David. (2009). *Responsabilidad Social: Estrategias Sostenibles para el Desarrollo y la Competitividad*. Peru: Editorial ESAN.
- Almagro, J. J.; Garmendia, A.; De la Torre, I. y Jáuregui, R. (2009). *Responsabilidad Social: Una Reflexión Global sobre la RSE*. México. Editorial Prentice Hall.
- Pelekais, C. y Aguirre, R. (2010). *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*. México: Editorial Prentice Hall.
- Schwalb M. M. (2010). *Experiencias Exitosas de Responsabilidad Social Empresarial*. Peru: Editorial Universidad del Pacifico.
- Schwalb M. M.; García, E. y Soldevilla V. (2006). *Buenas Prácticas Peruanas de Responsabilidad Social Empresarial*. Peru: Editorial Universidad del Pacifico.