



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL				RSO-340	--	3	S/P
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
				8	---	---	8/48
Profesores especialistas:				Elaborado por:			
LCDA. EDUARDO PATEIRO FERNÁNDEZ LCDA. MARIANELLA MARTÍNEZ				LCDA. EDUARDO PATEIRO FERNÁNDEZ LCDA. MARIANELLA MARTÍNEZ			
Fecha de Vigencia	Revisado por DECANATO			Autorizado por VICE RECTORADO ACADÉMICO			
MARZO, 2009	(FIRMA Y SELLO)			(FIRMA Y SELLO)			
Fecha de Actualización							
MARZO, 2010							

FUNDAMENTACION

Uno de los mayores retos al que se enfrenta la Organizaciones de las Naciones Unidas (ONU) es la reducción de la pobreza mundial. Este reto, junto a los demás que conforman los denominados “objetivos del milenio” en su primera fase (2.000 -2.015) ha sido asumido por el sector empresarial mundial, al comprender que el éxito en la reducción de la pobreza solo será posible en la medida en que exista un adecuado crecimiento económico, para lo cual se requiere, por una parte, el fortalecimiento del sector privado como principal generador de empleo y riqueza, u y por la otra una sociedad cuyo funcionamiento y desarrollo éste sustentado en principios éticos recíprocamente aceptados y materializado e acciones sostenibles con proyección en el tiempo. De allí, que la relación entre empresa y sociedad sea de importancia vital, ante el reconocimiento mutuo de obligaciones y responsabilidades que van más allá de las que se derivan del simple cumplimiento de la normativa legal.

En este contexto, la responsabilidad social empresarial, es concebida como un conjunto comprensivo de políticas, programas y prácticas socialmente responsables, que al estar integradas en el marco estratégico, poseen la capacidad para incrementar el valor agregado de la empresa y consecuentemente, su posición competitiva.

Al ser vista desde una doble óptica descriptiva y normativa, la responsabilidad social empresarial deberá constituir el eje del pensamiento gerencial, ante la necesidad de crear un ambiente de negocios que favorezca el reconocimiento y legitimación de la actividad económica específica en el correspondiente ámbito de la influencia social. Todo ello, mediante la cohesión entre los más estrictos e irrenunciables intereses empresariales, con los intereses de los grupos con los que esta llamado a interactuar: trabajadores, proveedores, usuarios, accionistas, entes gubernamentales y demás colectivos sociales.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Desarrollar en el participante actitudes críticas, reflexivas y resolutivas ante las acciones socialmente responsables que la empresa deberá ejecutar para contribuir al desarrollo económico y social en su ámbito de influencia, comprendiendo las herramientas para su integración en la gestión estratégica y operativa de la empresa, y razonando sobre el impacto de las políticas de responsabilidad social empresarial en el fortalecimiento y consolidación de su perfil competitivo.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
ASPECTO HISTÓRICO – CONCEPTUAL		RAZONAR SOBRE LAS MOTIVACIONES QUE IMPULSAN EL CONCEPTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMPRENDIENDO SU EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y LOS REFERENTES INTERNACIONALES EN ESTA MATERIA.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
15%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
– Comprender los conceptos básicos de la responsabilidad social empresarial. – Razonar sobre las iniciativas mundiales y los referentes internacionales en materia de la responsabilidad social empresarial. – Conocer el desarrollo del concepto de la responsabilidad social empresarial en Venezuela.	• Conceptos fundamentales e implicaciones de la responsabilidad social empresarial. • Desarrollo histórico. • Iniciativas mundiales. • Referentes internacionales. • Responsabilidad social empresarial en Venezuela. • Delimitación de la responsabilidad social empresarial.	• Exposición del facilitador. • Discusiones grupales.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Razonamiento crítico de los estudiantes.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
MARCO ESTRATÉGICO Y ALCANCE DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		ANALIZAR LOS DISTINTOS ÁMBITOS DE INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, VALORANDO LA NECESIDAD DE SU INTEGRACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
15%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Razonar los beneficios de la responsabilidad social empresarial, para el fortalecimiento del potencial competitivo de la empresa. 2. Analizar los ámbitos de influencia de la responsabilidad social empresarial y su vinculación con el marco estratégico. – Comprender los diferentes niveles de actuación en materia de responsabilidad social empresarial.	- La responsabilidad social empresarial en la estrategia de negocios. - Ámbitos de la responsabilidad social empresarial. – Ámbito interno: ética empresarial. Calidad de vida laboral. – Ámbito externo: medio ambiente. Marketing responsable. Compromiso con la comunidad. 1. Niveles de actuación en materia de responsabilidad social empresarial.	- Exposición del facilitador. - Discusión grupal. - Estudio de casos.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
2. Razonamiento crítico de los participantes.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
ÁMBITO INTERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		ASOCIAR EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON EL AMBIENTE INTERNO DE LA ORGANIZACIÓN, VALORANDO LAS CONDUCTAS ÉTICAS HACIA LOS TRABAJADORES, COMO POTENCIADORES DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
15%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Internalizar la importancia del desempeño ético como condicionante básico para la productividad y el aprovechamiento de las ventajas comparativas, a través de la calidad de vida laboral. 2. Valorar el concepto y los principios del voluntariado corporativo, como máxima expresión del compromiso social de los trabajadores.	• Valores y principios éticos en las relaciones de trabajo. • Calidad de vida laboral. • El voluntariado corporativo como expresión del compromiso social de los trabajadores.	• Exposición en equipo. • Debates. • Estudio de casos. • Exposición del facilitador.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Exposición grupal. • Presentación de conclusiones de los casos de estudio.			

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
ÁMBITO EXTERNO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL		ASOCIAR EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL CON EL AMBIENTE EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN, VALORANDO LAS CONDUCTAS ÉTICAS HACIA EL CONSUMIDOR, LA IMPLANTACIÓN DE POLÍTICAS DE PROTECCIÓN AMBIENTAL Y EL COMPROMISO HACIA LA COMUNIDAD, COMO FACTORES POTENCIADORES DE LA PRODUCTIVIDAD Y LA COMPETITIVIDAD.	
DURACION			
8 HORAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Internalizar la importancia del desempeño ético como condicionante básica para la productividad y el aprovechamiento de ventajas comparativas, a través de las políticas de comercialización y protección ambiental. 2. Comprender los alcances del compromiso de la comunidad razonando sobre los motivos de naturaleza social que las fundamentan.	• Comercialización y marketing responsable. • Protección ambiental. • Compromiso social de la empresa.	• Exposición en equipo. • Debates. • Estudio de casos. • Exposición del facilitador.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Exposición grupal. • Presentación de conclusiones de los casos de estudio.			

UNIDAD V		OBJETIVO TERMINAL	
IMPLANTACIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.		APLICAR LOS ASPECTOS CONCEPTUALES Y FILOSÓFICOS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UN CASO REAL DE TRABAJO A ELECCIÓN DEL PARTICIPANTE, CON BASE EN EL ANÁLISIS DE CADA UNA DE LAS ETAPAS QUE CONFORMAN UN PROYECTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	
DURACION			
16 HORAS			
EVALUACION			
35%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Descomponer los principales indicadores de responsabilidad social empresarial, con base en la naturaleza y características particulares de la organización. 2. Diagnosticar el alcance de las políticas de responsabilidad social empresarial de una organización. 3. Estructurar las líneas estratégicas de responsabilidad social empresarial en la organización. 4. Demostrar la factibilidad de los primeros pasos prácticos para implantar un programa de responsabilidad social empresarial.	• Indicadores de responsabilidad social empresarial. • Elaboración del diagnóstico de responsabilidad social empresarial. • Implantación del programa.	• Exposición del facilitador. • Trabajo de campo. • Discusión dirigida.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Elaboración y presentación de la matriz de indicadores de responsabilidad social empresarial. • Presentación y discusión de las conclusiones del diagnóstico de responsabilidad social empresarial. • Presentación y discusión de las líneas de acción estratégica de responsabilidad social empresarial. • Presentación y discusión del plan de acción inicial.			

BIBLIOGRAFÍA

Carneiro Manuel. **La Responsabilidad Social Corporativa Interna**. ESIC Editorial. Madrid, España. 2004.

Fernández Roberto. **Administración de la Responsabilidad Social Corporativa**. Editorial Paraninfo – Thomson Learning. México. 2005.

Gómez Henry y Bassa C. **Iniciativa Social como Estratégica Competitiva: Una Guía Práctica**. Ediciones IESA. Caracas. 2005.

Méndez C. **Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela, durante el Siglo XX**. Editoriales Varias. 2004.