

**PROGRAMA DE ESTUDIO
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Misión Facultad de Economía y Negocios

Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de profesionales de excelencia en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto en las organizaciones.

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	EEL384					
4. Ubicación en la malla	V año, X semestre					
5. Créditos	10					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio		Electivo	X	Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	0
9. Horas académicas	Clases	64			Ayudantía	0
10. Pre-requisito	MARKETING I Y GESTIÓN DE PERSONAS II					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

En el curso se delimitará el enfoque a las bases principales que sustentan las interrelaciones entre los líderes y directivos de empresas (enfoque más microeconómico) y los diversos stakeholders atinentes al contexto tanto interno (trabajadores, gerentes y especialistas) como externo (comunidad, regulador, proveedor, etc.) que caracterizan normalmente el entorno productivo.

La originalidad del Curso es que, utilizando modelos, paradigmas rigurosos y relevantes, intencionales son aplicados a los temas de Responsabilidad Social con un mismo prisma valórico-conceptual: tanto a la empresa (RSE), como al análisis de inversores (RSF), de trabajadores (RSL), y al conjunto de organizaciones sociales (RSS).

Se destaca a lo largo del Curso el valor y dignidad de la persona humana como centro del desarrollo integral, lo que facilitará la mejor comprensión de un enfoque integral: aplicable a realidades y opciones diferentes en tiempo y espacio y realidades culturales diversas.

Se respetarán las especificaciones de cada ámbito en todo caso.

Esta asignatura pertenece al ciclo “Habilitación Profesional”.

C. Objetivo de Aprendizaje General de la asignatura

Exponer y analizar de forma didáctica y participativa las diversas herramientas (tools) y enfoques aplicados que hoy existen en el área de la economía de la administración para poder capacitar e intervenir en mejor forma en estos significativos temas.

D. Unidades de Contenido y Objetivos de Aprendizaje.

Unidades de Contenidos	Objetivos de Aprendizaje
<p>Unidad I: Noción de Progreso Social Humano.</p> <p>1. Literatura económica, sociológica e histórica.</p>	<p>Revisar y discutir sobre la literatura económica, sociológica e histórica.</p>
<p>Unidad II: Conceptualización de Responsabilidad Social.</p> <p>1. Enfoque de Stakeholders y paradigmas afines.</p> <p>2. Enfoque de Naciones Unidas: Protocolos Sociales (OECD ; PNUD)</p> <p>3. Enfoque Anglosajón: Escuelas de Business Schools (CSR), valor compartido (MP)</p> <p>4. Enfoques Axiológicos: Escuelas de pensamiento económico históricas.</p> <p>5. Enfoque Uniapac: centralidad de las personas.</p> <p>6. Enfoque Escenarios Dinámicos de Comportamientos Organizacionales.</p>	<p>Aplicar bases conceptuales en el plano de organizaciones productivas.</p> <p>Comprender enfoque de Stakeholders y paradigmas afines.</p> <p>Diferenciar:</p> <p>Enfoque de Naciones Unidas: Protocolos Sociales (OECD ; PNUD)</p> <p>Enfoque Anglosajón: Escuelas de Business Schools (CSR), valor compartido (MP)</p> <p>Enfoques Axiológicos: Escuelas de pensamiento económico históricas.</p> <p>Enfoque Uniapac: centralidad de las personas.</p> <p>Enfoque Escenarios Dinámicos de Comportamientos Organizacionales.</p>
<p>Unidad III: Dinámica del Riesgo, opciones, acciones en el tiempo: cómo impacta la Responsabilidad Social.</p> <p>1. La Sociedad del Riesgo: dilemas de inversores, emprendedores, trabajadores.</p> <p>2. Rol de los Innovadores.</p>	<p>Conocer la Sociedad del Riesgo: dilemas de inversores, emprendedores, trabajadores.</p> <p>Comprender el Rol de los Innovadores: cómo se aplica la Responsabilidad Social en dichos: actores / decisiones.</p>



<p>Unidad IV: Entorno a la Organización Productiva: Reguladores; Comunidad Local; Globalización.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Relación con Reguladores: diálogo/trasparencia/probidad.2. Relaciones y compromisos con la Comunidad Local: sociales, medio ambientales.3. Cambios por Globalización.	<p>Comprender los desafíos que genera la relación con Reguladores: diálogo/trasparencia/probidad.</p> <p>Diferenciar las relaciones y compromisos con la Comunidad Local: sociales, medio ambientales.</p> <p>Conocer Impactos y desafíos, Cambios por Globalización: ámbitos, estándares, externalidades.</p>
<p>Unidad V: Responsabilidad Social a la luz de Talentos y Liderazgos.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Productividad Social y Ethos Empresarial.2. Coaching y Desarrollo Humano en la Empresa.3. Rol que juegan las Culturas de Comportamiento Empresarial.	<p>Conocer los conceptos de la Productividad Social y Ethos Empresarial.</p> <p>Manejar las ideas de Coaching y Desarrollo Humano en la Empresa.</p> <p>Comprender los conceptos de Líderes y Gobernabilidad Corporativa: obligaciones con stakeholders; mercado/otros.</p> <p>Reflexionar sobre el Rol que juegan las Culturas de Comportamiento Empresarial.</p>
<p>Unidad VI: Reflexiones Finales del Curso.</p>	<p>Comprender que significa la idea: Construyendo una organización productiva más Empática para una sociedad que avanza.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza utilizada va a propiciar un aprendizaje activo y significativo en los estudiantes. En las clases los temas deberán propiciar la reflexión, en donde los estudiantes participen en las discusiones generadas, las que se pueden suscitar a través del análisis de diferentes instrumentos.

F. Estrategias de Evaluación

Este curso utilizará distintos procedimientos de evaluación con el fin de enfatizar el proceso de aprendizaje de los alumnos. Así entonces, se recogerá información en distintos momentos del semestre para proporcionar retroalimentación a los alumnos. De la misma manera, los estudiantes conocerán estos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

Los procedimientos de evaluación podrían ser los siguientes:

Evaluaciones
Certamen 1
Certamen 2
Presentaciones
Trabajos
Examen

Caso específico de aplicación: Examen protocolo de “Proyectos con Responsabilidad Social”

G. Recursos de Aprendizaje

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA:

On Competition, Michael E. Porter
Editorial: Harvard Business Review Book Año 2008

-Management Ethics, Doménec Melé
Editorial: IESE Business School University of Navarra Año 2012

-Volver al Principio, Colin B Carter y Jay W Lorch
Editorial: LID Empresarial Harvard Business School Año 2004

- Las Contradicciones del Progreso Humano, Fernando Savater
Editorial: Universidad Diego Portales Año 2009

-Unbound Prometheus, David S. Landes
Capitulo: Introducción.

-Manual de RSE, Marco Antonio Pinto

-The Value of Reputation Capital in CSR: Applications to the health service sector, Eduardo Aninat Ureta,
Editorial: UNIAPAC FOUNDATION

-La Gran Transformación, Karl Polanyi
Editorial: Fondo de la Cultura Económica Año 2012

-Derecho y Economía, Robert Cooter – Thomas Ulen
Editorial: Fondo de la Cultura Económica

- La Responsabilidad Social, construyendo sentidos éticos para el desarrollo
Editorial: Prohumana, Año 2010

- Alvaro Pezoa. Editorial ESE

- Directorio y Gobierno Corporativo “El desafío de agregar valor en forma sostenida”
Editorial ESE, capítulo 4 y 5.

- Everybody Matters, Autores: Bob Chapman y Raj Sisodia.

- " La Ingeniería Blanda o el lado incierto de los negocios" Autor: Jaime Undurraga

- " Etica para la Empresa" de Fernando Savater

COMPLEMENTARIA:

-La Sociedad del Riesgo Mundial, Beck Ulrich
Editorial: Innerarity y Javier Salas

-Caritas in Veritate, Benedicto XVI
Editorial: Encíclica Papal Año 2009