



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Contaduría y Administración



Plan de estudios de la Licenciatura en
Negocios Internacionales

Programa de la asignatura

Responsabilidad Social y Sustentabilidad

Clave	Semestre 4°	Créditos 6	Área				
			Campo de conocimiento	Ética y Sociología			
			Etapas	Conocimientos fundamentales			
Modalidad	Curso (X) Taller () Lab () Sem ()			Tipo	T (X) P () T/P ()		
Carácter	Obligatorio (X) Optativo ()			Horas			
	Obligatorio E () Optativo E ()						
				Semana		Semestre	
				Teóricas	3	Teóricas	48
				Prácticas	0	Prácticas	0
				Total	3	Total	48

Seriación	
Ninguna (X)	
Obligatoria ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	
Indicativa ()	
Asignatura antecedente	
Asignatura subsecuente	

Objetivo general: El alumno comprenderá el papel impostergable que juega la genuina responsabilidad social empresarial (RSE) en el desarrollo sostenible de las naciones, así como los diferentes aspectos que comprende su administración integral, regida por la ética, tendiente a beneficiar a la sociedad, atendiendo con justicia a los diversos grupos de interés de las empresas y demás organizaciones (*stakeholders*) mediante la preservación del medio ambiente para las futuras generaciones, la atención de los objetivos económicos de la organización, el establecimiento y conservación de condiciones laborales y de aprovisionamiento justas y la satisfacción plena del consumidor por medio de productos y servicios de calidad.

Objetivos específicos:

El alumno:

1. Comprenderá las condiciones que propiciaron el surgimiento de la RSE y que hacen indispensable e inaplazable su práctica genuina hoy en día en organizaciones de los tres sectores (privado, público y social) para la supervivencia de la humanidad, así como el estado actual del concepto responsabilidad social empresarial o corporativa.
2. Comprenderá que la genuina RSE sólo puede existir como resultado de una actuación ética de las empresas y demás organizaciones y no como producto de un programa de acciones cuyo fin verdadero sea el de promover una buena imagen corporativa que contribuya a maximizar las utilidades de las empresas privadas a la vez que las legitima frente a la sociedad.
3. Comprenderá los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales de creación y administración de un programa integral de RSE y cómo éste debe formar parte de la estrategia general de la empresa u organización.
4. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales relativas a la preservación del medio ambiente.
5. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades económicas de los propietarios de la organización.
6. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades del personal de la organización.
7. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades de los proveedores de la organización.
8. Comprenderá y aplicará los elementos fundamentales que deben estar presentes en las políticas organizacionales tendientes a atender las necesidades de los consumidores de los productos y servicios de la organización.
9. Comprenderá y aplicará los criterios fundamentales, internacionales y nacionales, para medir y reportar éticamente y con la mayor objetividad posible el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial y organizacional más allá de las certificaciones con mero sentido de relaciones públicas.

Índice temático

	Tema	Horas Semestre	
		Teóricas	Prácticas
1	Responsabilidad social empresarial: surgimiento y trascendencia	5	0
2	La responsabilidad social empresarial y la ética de los negocios	5	0
3	La administración integral de la responsabilidad social empresarial	5	0
4	La responsabilidad social y la sustentabilidad	6	0
5	La responsabilidad social ante los propietarios de las empresas	6	0
6	La responsabilidad social ante el personal de la organización	5	0
7	La responsabilidad social ante los proveedores	5	0
8	La responsabilidad social ante los consumidores	5	0
9	La evaluación de la responsabilidad social empresarial	6	0
Total		48	0
Suma total de horas		48	

Estrategias didácticas		Evaluación del aprendizaje	
Exposición	(X)	Exámenes parciales	()
Trabajo en equipo	()	Examen final	()
Lecturas	(X)	Trabajos y tareas	(X)
Trabajo de investigación	(X)	Presentación de tema	(X)
Prácticas (taller o laboratorio)	()	Participación en clase	(X)
Prácticas de campo	()	Asistencia	()
Aprendizaje por proyectos	()	Rúbricas	()
Aprendizaje basado en problemas	()	Portafolios	()
Casos de enseñanza	(X)	Listas de cotejo	()
Otras (especificar): Debate	(X)	Otras (especificar)	
Perfil profesiográfico			
Título o grado	Licenciatura en alguna de las siguientes carreras: Economía, Administración, Contaduría, Administración Pública, o áreas afines, preferentemente con estudios de posgrado.		
Experiencia docente	Mínima de dos años. Para profesores de nuevo ingreso es requisito concluir satisfactoriamente el <i>Curso Fundamental para profesores de Nuevo Ingreso (Didáctica Básica)</i> , que imparte la Facultad de Contaduría y Administración.		
Otra característica	Experiencia Profesional mínima de tres años en el área de conocimiento. Compartir, respetar y fomentar los valores fundamentales que orientan a la Universidad Nacional Autónoma de México.		
Bibliografía básica:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Araque, R. A. (2006). <i>La responsabilidad social de la empresa a debate</i>. Barcelona: Icaria. 2. Arrieta, B. (2005). <i>La dimensión ética de la responsabilidad social</i>. Bilbao: Universidad de Deusto. 3. Brown, M. T. (2005). <i>Corporate integrity: rethinking organizational ethics, and leadership</i>. Nueva York: Cambridge University. 4. Carroll, Archie B. (1999), "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct", <i>Business and society</i>, Vol. 38, No. 3, Septiembre pp. 268-295. 5. Clutterbuck, D. (1981). <i>How to be a good corporate citizen: a manager's guide to making social responsibility work and pay</i>. London: McGraw-Hill. 6. Crane, A., Matteen, D. y Spence, L. (2013), <i>Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context</i>, 2ª ed., Routledge. 7. Mintzberg Henry (1983), "The case for corporate social responsibility", <i>Journal of Business Strategy</i>, otoño; 4, 000002; ABI/INFORM Global p.3. 			
Bibliografía complementaria:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Carroll, Archie B. y Kareem M. Shabana (2010), "The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice", <i>International Journal of Management Reviews</i>, pp. 85-105. 2. Ríos Szalay, Jorge (2016), "¿Es ético practicar la responsabilidad social corporativa con fines lucrativos? Las respuestas empresariales y académicas en tela de juicio", en Luis Montaña Hirose(coord.) <i>La responsabilidad social de las organizaciones en México. Perspectivas críticas, experiencias y debates</i>, México: Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. 			

