

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

Renata Céli Moreira da Silva

renata.celi@gmail.com

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – RJ / Brasil

Marie Agnes Chauvel

marie@iag.puc-rio.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – RJ / Brasil

Recebido em 18/01/2010

Aprovado em 09/03/2010

Disponibilizado em 13/04/2010

Avaliado pelo sistema *double blind review*

Revista Eletrônica de Administração

Editor: Luís Felipe Nascimento

ISSN 1413-2311 (versão on-line)

Editada pela Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Periodicidade: Quadrimestral

Sistema requerido: Adobe Acrobat Reader.

RESUMO

O presente artigo teve o objetivo de estudar a percepção dos estudantes de Administração em relação ao ensino da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) na graduação. Para isso, foi realizada uma pesquisa de campo que consistiu em 85 entrevistas feitas por meio de um questionário elaborado com base nos resultados do estudo qualitativo de Silva e Chauvel (2009). O questionário foi aplicado a alunos de graduação que pertenciam a quatro instituições de ensino superior do estado do Rio de Janeiro e estavam prestes a se formar ou tinham se formado no último ano. Os resultados apontaram que os entrevistados consideram a RSC um tema importante. Mostraram que eles percebem que o espaço dado ao assunto na graduação é insuficiente e avaliam que o tema é abordado de forma superficial. Os estudantes declararam que aprenderam mais sobre RSC em meios externos à faculdade, como revistas, mídia, jornais e no próprio trabalho. Além disso, os entrevistados mostraram ter dúvidas e questionamentos sobre o assunto RSC e expressaram a opinião de que é preciso haver um maior aprofundamento do ensino sobre o tema, do ponto de vista teórico e também prático. Saber como as empresas colocam a RSC em prática é um dos aspectos que mais desperta seu interesse.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa, Ensino, Administração

REAd – Edição 65 Vol 16 N° 1 janeiro-abril 2010

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

**SOCIAL RESPONSIBILITY IN MANAGEMENT'S EDUCATION: A
QUANTITATIVE STUDY ABOUT THE VISION OF THE STUDENTS**

ABSTRACT

The objective of this paper was to study the perceptions of undergraduate business management students about the teaching of Corporate Social Responsibility (CSR). In this context, a quantitative research method was employed. As empirical setting, we interviewed eighty five students of four different universities in the state of Rio de Janeiro who either attended the last year of business school or graduated one year before. Data was collected by a questionnaire based on a previous qualitative study of the authors Silva and Chauvel (2009). The results showed that the students considered CSR to be a very important subject of study. However, the respondents believed that CSR is only superficially addressed in undergraduate programs. They believed that the degree of attention dedicated to CSR was insufficient and superficial. In their view, they have learned more about CSR in magazines, newspapers and at work than in business school. In addition to that, they revealed to have numerous questionings about the theme CSR. Last but not least, they believed the teaching of CSR should be more emphasized, both from theoretical and practical perspectives. Therefore, a relevant field of study from the students' standpoint is the understanding of how firms translate CSR into practice.

Key words: Corporate Social Responsibility, Education, Management

1. Introdução

Nos últimos anos, o tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tem sido muito discutido no meio acadêmico e no campo empresarial, principalmente devido às desigualdades sociais, às diferenças entre países ricos e pobres, degradação ambiental, precariedade da qualidade de vida no trabalho, exigência de direitos do consumidor, dentre outros motivos (FREIRE et al., 2009).

Vários autores escreveram sobre as origens da RSC. Para Schommer e Rocha (2007), o tema surgiu para resolver problemas de desenvolvimento da sociedade e do ambiente. Melo Neto e Froes (2001) falam que a globalização trouxe grande concentração do poder econômico e uma grande exclusão social e, dessa forma, houve a necessidade da RSC. Há autores que apontam que é fundamental que as empresas assumam suas responsabilidades, já que elas realizam ações que impactam a sociedade (COLLIER e WANDERLEY, 2004). Por

outro lado, também é discutido que essa prática da RSC pelas empresas as torna mais poderosas (SCHROEDER e SCHROEDER, 2004).

Há uma pressão da sociedade para que as empresas sejam socialmente responsáveis (KLEIN, 2004; MOHR e WEBB, 2005; DOH e GUAY, 2006; MCWILLIAMS et al., 2006; SCHEPERS, 2006; AGUILERA et al., 2007; CHEAH et al., 2007; HOND e BAKKER, 2007; MARQUIS et al., 2007; RODRÍGUEZ e LEMASTER, 2007) e os problemas éticos precisam ser extintos (URDAN e HUERTAS, 2004). Como consequência, as empresas que são éticas e socialmente responsáveis podem até obter diferenciação e vantagem competitiva atualmente (SERPA e FOURNEAU, 2007).

Portanto, o tema RSC vem se tornando cada vez mais presente nas pesquisas acadêmicas e discussões empresariais. Wood (1991b) afirma que as empresas precisam refletir sobre como elas podem ajudar na construção de uma sociedade melhor. E, diante disso, torna-se importante saber se esse tema está sendo discutido nas salas de aula da graduação em Administração e como está sendo discutido. É preciso saber se as instituições de ensino estão sendo capazes de formar gestores socialmente responsáveis e éticos (MEDEIROS et al., 2007).

Logo, o objetivo deste trabalho é analisar quantitativamente a visão que os formandos em Administração têm sobre a RSC e o seu ensino no curso de graduação.

2. Revisão da Literatura

2.1 Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

Na academia, há diversas definições sobre o que é RSC, o que mostra que se trata de um conceito ainda em construção (ASHLEY, 2002; HIGUCHI e VIEIRA, 2007). As definições da RSC encontradas na literatura pertencem a diferentes correntes. Uma é a visão clássica, que é a visão estritamente econômica, defendida pelo economista Milton Friedman, que foi Prêmio Nobel de Economia em 1976. Ele afirmava que a empresa socialmente responsável é aquela que dá lucro para seus acionistas, ou seja, o objetivo das organizações é maximizar os lucros e riqueza dos acionistas, obedecendo às suas obrigações legais. Para ele, quem deve tratar das questões sociais do mundo é o Governo (LANTOS, 2001; HUSTED e

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

SALAZAR, 2006). Ou seja, a empresa não deve se engajar em ações sociais voluntariamente (WINDSOR, 2006). Vale ressaltar que a visão econômica clássica leva em conta as dimensões legal, ética e econômica de Carroll, deixando de lado sua dimensão filantrópica (Carroll, 1991). De acordo com Marrewijk (2003), essa visão pode ser denominada de abordagem do acionista ou *shareholder approach*. Porém, muitos autores discordam dela (SCHAEFER, 2008).

A outra visão é contrária às ideias de Friedman, e é a chamada visão sócio-econômica. De acordo com ela, as atividades das organizações alcançam um universo de agentes maior do que somente os acionistas, ou seja, as empresas impactam também outros agentes da sociedade (FERRELL et al., 2001). Para Marrewijk (2003), a visão sócio-econômica pode ser denominada de abordagem dos *stakeholders*. Dentre essas duas visões que emergiram, a que predomina nos estudos acadêmicos em muitos países é a visão sócio-econômica (BROWN e DANCIN, 1997), inclusive no Brasil (XAVIER e SOUZA, 2004).

Segundo Carroll (1991), a RSC engloba quatro componentes: econômico, legal, ético e filantrópico. O componente econômico diz respeito a ter um desempenho consistente, maximizando os ganhos e estando comprometido com a lucratividade. O componente legal diz respeito a ter um desempenho levando em consideração as leis, regulamentos federais, estaduais e locais. O componente ético diz respeito a ser ético, obtendo um desempenho consistente com os valores morais e éticos sociais. E o componente filantrópico se refere a contribuir com recursos para a comunidade de forma a melhorar sua qualidade de vida.

O modelo de Wood (1991a) aborda a RSC sob o ponto de vista do desempenho social. Ele é composto por três dimensões. A dimensão 1 abrange os princípios da RSC. O princípio de legitimidade diz respeito à valorização da organização pela sociedade, o que traz poder para a empresa. O princípio de responsabilidade pública diz respeito à responsabilidade que a empresa tem sobre seus *outcomes*. O princípio do arbítrio dos executivos se refere à moral dos executivos. A dimensão 2 abrange os processos de responsividade social corporativa. O primeiro processo é o da avaliação do ambiente, que diz respeito à avaliação do ambiente para estar sempre se adaptando às mudanças que ocorrem. O segundo processo é o de gerenciamento dos *stakeholders*, que se refere a atender aos diferentes públicos com que a empresa se relaciona, tanto internamente quanto externamente. O terceiro processo é o gerenciamento das questões; significa gerenciar os processos internos e externos da empresa para evitar “surpresas”. A dimensão 3 abrange os resultados das ações de RSC. O primeiro

resultado são os impactos sociais, que dizem respeito aos efeitos que a organização pode provocar na sociedade. A empresa precisa ficar atenta aos impactos, principalmente se eles forem negativos. O segundo resultado diz respeito aos programas sociais, que são os programas em que a empresa pode investir para alcançar resultados específicos. O terceiro resultado se refere às políticas sociais, que dizem respeito ao estabelecimento de uma política social para institucionalizar os processos socialmente responsáveis.

Já o modelo de Enderle e Tavis (1998) considera que a RSC engloba as dimensões econômica, social e ambiental. A dimensão econômica diz respeito à maximização de lucros. A dimensão social se refere ao cumprimento de leis, respeito ao patrimônio cultural, engajamento em ações sociais filantrópicas e iniciativas educacionais. A dimensão ambiental se refere ao comprometimento com o desenvolvimento sustentável. Os autores também consideram a relação das organizações com seus *stakeholders*, mostrando que a RSC está associada não só aos acionistas, e sim a um grupo muito maior de envolvidos. Para Souza et al. (2003), os *stakeholders* são: acionistas, governo, fornecedores, consumidores, empregados e dependentes, sociedade, comunidade local, concorrentes e o meio ambiente.

Além desses conceitos há outros muito citados na academia nacional. Segundo Ashley (2002, p. 6), a RSC deve estar relacionada aos *stakeholders* das empresas, que são: (1) “Apoio ao desenvolvimento da **comunidade** na qual atua”; (2) “preservação do **meio ambiente**”; (3) “investimento no bem-estar de **funcionários e dependentes** e em um ambiente de trabalho agradável”; (4) “comunicações transparentes”, ou seja, ter **ética**; (5) “retorno aos **acionistas**”; (6) “sinergia com **parceiros**”; (7) “satisfação de **clientes e consumidores**”. Melo Neto e Froes (1999), também corroboram o ponto de vista de Ashley (2002) ao sugerir que a RSC deve englobar tanto o público interno quanto o externo da organização.

Para o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a RSC é “*a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais*”.

Além dessas diferentes definições, há várias discussões sobre o tema. Uma das discussões é o tratamento da RSC como sendo ligada à estratégia da empresa para atingir vantagem competitiva (MOTTA e ROSSI, 2003; HUSTED e ALLEN, 2004; LUO e

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

BHATTACHARYA, 2006; BOWEN, 2007; HUSTED e ALLEN, 2007). Há autores que falam da importância da prática da RSC para a imagem da empresa (SEN e BHATTACHARYA, 2001; BONATTO et al., 2007). Santos (2008) e Gerde (2001) citam também que um dos motivos para a prática socialmente responsável é o ganho da legitimidade das organizações. Por outro lado, Santos (2008) também argumenta que a RSC não deve ser desempenhada pelas empresas como uma forma de substituir o governo, pelo contrário, trata-se de uma parceria.

2.2 Ensino em Administração e a RSC

Além das empresas, as instituições de ensino superior também estão adotando práticas socialmente responsáveis (ATAKAN e EKER, 2007).

Por outro lado, as universidades estão sofrendo pressões, assim como as empresas, visto que elas estão sendo alvos de discussões sobre o ensino da RSC, devido aos comportamentos antiéticos que ocorrem nos negócios, atribuídos a gestores que, em muitos casos, pertenceram a uma instituição de ensino superior de Administração (URDAN e HUERTAS, 2004; MEDEIROS et al., 2007). Com isso, as escolas de negócio passam a ser questionadas em relação ao ensino da RSC, já que os comportamentos antiéticos observados em escândalos corporativos geraram uma desconfiança da sociedade em relação às organizações (MEDEIROS et al., 2007).

Urdan e Huertas (2004) defendem que a educação é a melhor solução para eliminar essas ações irresponsáveis por parte dos gestores e das empresas. Gonçalves-Dias et al. (2006) também apontam a relevância da educação, pois os educadores devem capacitar os alunos de Administração, para que eles sejam aptos a reduzir os problemas sociais e ambientais.

De acordo com Canopf e Passador (2004), a instituição de ensino superior de Administração deve assumir o papel de formar alunos contemplando aspectos socialmente responsáveis, pois esses alunos provavelmente ocuparão cargos em organizações e poderão enfrentar situações que envolvam questões éticas e sociais. Ou seja, é importante que as universidades de Administração preparem os alunos para que, nas empresas, eles estejam aptos a lidar com a RSC.

Diversos pesquisadores internacionais já desenvolveram estudos sobre o ensino da RSC em Administração (HAZEN et al., 2004; MATTEN e MOON, 2004; MUIJEN, 2004; READ – Edição 65 Vol 16 N° 1 janeiro-abril 2010

CHRISTENSEN et al., 2007) e sobre o ensino da ética em Administração, que segundo Carroll (1991) é uma dimensão da RSC (OWENS, 1998; POLONSKY, 1998; SEXTY, 1998; CRANE e MATTEN, 2004; HARTOG e FRAME, 2004; MACFARLANE e OTTEWILL, 2004; MCDONALD, 2004; MOORE, 2004; SIMS, 2004; CORNELIUS et al., 2007).

No Brasil, Fourneau e Serpa (2006) realizaram uma pesquisa sobre o ensino da ética de acordo com a percepção dos alunos e seus resultados apontaram que deveria haver um espaço maior para o tema da ética nas salas de aula de Administração. Xavier et al. (2006) também alertaram para essa importância de se ter um maior empenho em formar profissionais conscientes das questões éticas com as quais irão lidar. Araújo e Lacerda (2002) afirmam que a instituição de educação superior deve estimular o conhecimento dos problemas do mundo, o que é mais um motivo para que as universidades ensinem a RSC, já que esta faz parte do atual cotidiano das organizações e dos debates mundiais.

Portanto, torna-se importante investigar se o tema RSC está sendo abordado no ensino de administração e como o tema vem sendo tratado. Segundo Muijen (2004), a RSC começa dentro da instituição de ensino, ou seja, é fundamental ensinar a RSC aos alunos de graduação em administração.

Pessoa et al. (2005) defendem a integração do aluno de administração com a questão da RSC e que as universidades devem prover isso. De acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de Administração, existe a necessidade de se passar a consciência das implicações éticas do exercício profissional, o que remete ao ensino do tema RSC, e os conteúdos curriculares do curso de Administração devem conter uma abordagem da relação entre organização e realidade social, o que também remete ao ensino da RSC (SOUZA et al., 2003). Canopf e Passador (2004) concordam com Souza et al. (2003) ao apontar que, de acordo com as Diretrizes Curriculares Nacionais, deve haver uma preocupação com as questões sociais na instituição de ensino.

Em relação a pesquisas sobre o ensino de RSC, Medeiros et al. (2007) estudaram a RSC na perspectiva do estudante de Administração na cidade de Uberlândia. Os resultados mostraram que há ambiguidades e contradições no comportamento dos estudantes em relação à RSC, pois eles dizem que a RSC é importante, mas não se comportam no dia a dia de acordo com isso. Isso sugere que eles consideram a RSC uma exigência da sociedade da qual eles se excluem. Por exemplo, os estudantes pesquisados disseram escolher produtos com

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

base no seu preço, na sua qualidade e na sua marca, e não de acordo com a RSC, mas, apesar disso, eles declararam que acham a RSC importante.

Silva e Chauvel (2009) fizeram um estudo qualitativo e exploratório com estudantes de graduação em Administração para saber como as faculdades de Administração estão abordando o tema RSC no ensino. As entrevistas foram feitas com estudantes do Rio de Janeiro e foram gravadas e transcritas. Os resultados apontaram que os estudantes consideram o tema importante para a Administração, mas, na sua visão, a abordagem e o espaço dados ao tema na faculdade ainda são insuficientes. Além disso, observou-se que eles possuem uma visão limitada do tema, pois não sabem exatamente o que é a RSC, nem como ela pode ser colocada em prática. Os entrevistados também disseram que as faculdades de Administração devem ensinar mais a prática da RSC e sugeriram algumas formas de ampliar o ensino sobre o tema.

3. Metodologia

O presente estudo se caracteriza como uma pesquisa descritiva, pois tem como objetivo descrever um determinado fenômeno (GIL, 1987), no caso, a percepção dos alunos de graduação em Administração sobre RSC e seu ensino. Foi utilizada uma metodologia quantitativa. A pesquisa, nesse caso, é quantitativa, pois, de acordo com Hanson e Grimmer (2007), ela consiste em representar os tópicos através de números, isto é, trata-se de uma representação numérica.

A pesquisa foi feita da seguinte forma: baseando-se nas evidências encontradas por Silva e Chauvel (2009) em sua pesquisa exploratória qualitativa sobre o ensino da RSC na graduação em Administração, foi elaborado um questionário com 16 perguntas sobre a percepção dos alunos em relação à RSC e ao seu ensino na faculdade de Administração. Os tópicos abordados foram os seguintes: se o entrevistado havia cursado disciplina sobre o tema RSC; se ele achava o tema importante; sua satisfação/insatisfação com a abordagem e o espaço dados ao assunto; se o entrevistado buscava informações sobre RSC em meios externos à faculdade; se ele possuía questionamentos e dúvidas sobre o assunto; se a faculdade em que estudava era, na sua visão, capaz de formar gestores socialmente responsáveis; o que ele queria aprender sobre a RSC; o que a faculdade podia fazer em relação ao ensino da RSC em Administração.

Algumas questões continham respostas “Sim” ou “Não”; outras utilizaram uma escala *Likert* de 5 pontos (Discordo Totalmente – 1; até Concordo Totalmente – 5); uma pergunta foi aberta, ou seja, o respondente podia expor por extenso a sua percepção; e outra questão possuía diversas opções e o pesquisado podia marcar quantas opções ele quisesse.

Os alunos que participaram do estudo pertenciam a quatro instituições de ensino superior com cursos de graduação em Administração localizadas no estado do Rio de Janeiro e com uma boa avaliação do ensino superior (conceito 5 no Enade de 2006). Eram estudantes do último ano de graduação em Administração, ou seja, estavam próximos à sua data de formatura, ou estudantes que haviam se formado há no máximo um ano.

A coleta de dados foi feita por meio dos questionários que eram respondidos pelos alunos. Assim, no total foram pesquisados 85 alunos. As análises dos dados foram feitas utilizando o teste t no *software* SPSS, como sugerem McClave et al. (2008).

4. Análise dos Resultados

4.1. Perfil dos Entrevistados

O total de entrevistados foi 85. Desse total, 42 eram do sexo feminino (49% do total) e 43 do sexo masculino (51% do total).

Em relação à idade dos entrevistados, ela está compreendida num intervalo de 20 a 28 anos, sendo que uma entrevistada tinha 45 anos.

Somente dois entrevistados eram casados, um do sexo masculino e uma do sexo feminino, entretanto, só essa entrevistada do sexo feminino possuía filhos.

Do total de entrevistados, somente um não possui experiência de trabalho ou estágio. Além disso, 37 entrevistados (44% do total) disseram que têm ou já tiveram contato com atividades práticas relacionadas ao tema da RSC. Alguns exemplos dessas atividades: trabalho voluntário, prática de RSC no seu trabalho/estágio, estágio fazendo pesquisa de iniciação científica, trabalho na empresa júnior da faculdade e até mesmo em trabalhos quando estudavam em colégios. Porém, a maioria (56%) não teve contato com atividades de RSC na prática.

4.2. Análise das Entrevistas

4.2.1. Percepção da importância do tema

Foram feitas duas questões para identificar qual a opinião dos alunos em relação à RSC. A primeira questão se referiu à importância da RSC para a prática da Administração e a segunda questão se referiu à importância da RSC no ensino na graduação em Administração. Essas duas questões foram respondidas em uma escala *Likert* de 5 pontos, conforme descrito na metodologia. A escala variou de 1 para “Discordo Totalmente” até 5 para “Concordo Totalmente”, sendo 3 para “Nem Discordo, Nem Concordo”. Conforme descrito anteriormente, foi utilizado o teste *t* no SPSS. A Tabela 1 mostra o resultado do teste estatístico ao nível de significância de 5%. A hipótese nula é $H_0: \mu=3$ e a hipótese alternativa é $H_a: \mu>3$.

Tabela 1: Resultado do Teste Estatístico – Questões 1 e 2

Questões	Média	Estatística t	Nível de significância
1- A RSC é importante para a prática da Administração?	4,51	57,896	0,000
2- O ensino da RSC na graduação em Administração é importante?	4,38	53,403	0,000

A hipótese nula foi rejeitada em ambas as questões. Nesse caso, há evidências de que: (1) os estudantes consideram a RSC importante para a prática da Administração, assim como dizem também os autores Wood (1991b), Gerde (2001), Collier e Wanderley (2004); Silva e Chauvel (2009); (2) os alunos também consideram importante o ensino da RSC na graduação em Administração, assim como dizem autores como Canopf e Passador (2004), Urdan e Huertas (2004), Gonçalves-Dias et al. (2006) e Silva e Chauvel (2009).

4.2.2. Disciplina sobre o tema

Foram feitas questões para saber se na faculdade em que os alunos cursavam ou já tinham cursado havia uma matéria específica de RSC na graduação em Administração e se eles haviam cursado ou estavam cursando essa matéria. Os resultados podem ser vistos na Tabela 2, a seguir, que mostra a distribuição de frequência das respostas.

Tabela 2: Distribuição de Frequência

Questões	Sim	Não
Na sua faculdade, há uma matéria específica de RSC na graduação em Administração?	22 (25,9%)	63 (74,1%)
Você cursou/está cursando uma matéria de RSC na graduação em Administração?	16 (18,8%)	69 (81,2%)

Analisando a Tabela 2, pode ser visto que a maioria dos respondentes disse que não há uma matéria específica de RSC na graduação em Administração. Também pode ser visto que a maioria não cursou uma matéria de RSC.

Olhando a distribuição de frequência, é observado que uma minoria de alunos respondeu que há uma disciplina de RSC na graduação: 22 alunos disseram que há a matéria na sua faculdade. Destes, 16 alunos cursaram a disciplina oferecida, o que mostra ser uma porcentagem alta, 73%, podendo representar uma evidência do interesse dos alunos pelo tema.

Por outro lado, em seguida, foi feita uma pergunta para saber se os alunos teriam interesse em cursar uma matéria de RSC na graduação em Administração, caso fosse oferecida uma disciplina eletiva sobre o tema. Os resultados, segundo a distribuição de frequência, mostraram que 58 alunos (68,2% do total) disseram que cursariam essa disciplina e 27 (31,8% do total) disseram que não cursariam. Interessante observar que, mesmo os alunos dizendo que consideram a RSC importante tanto para a prática da Administração quanto para ser dado no seu ensino na graduação, cerca de 30% dos alunos disse que não cursaria a disciplina de RSC. Esse resultado pode ser parecido com o do estudo de Medeiros et al. (2007), que mostrou que há ambiguidades e contradições no comportamento dos

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

estudantes em relação à RSC, pois eles dizem que a RSC é importante, mas não se comportam no dia a dia de acordo com isso. No presente estudo, apesar de os estudantes acharem o tema importante, muitos não cursariam a disciplina.

Nessa questão, havia uma pergunta aberta para o entrevistado escrever por qual razão ele cursaria ou não a disciplina.

As justificativas de quem disse que cursaria a disciplina foram:

“Pois acredito ser importante na gestão de uma empresa no cenário atual.”

“É uma matéria de grande importância para a formação de profissionais atualmente.”

“Cada vez mais as empresas dedicam parte de seu quadro de colaboradores para esta função e deter esse conhecimento é fundamental para um profissional.”

“Tem me chamado cada dia mais atenção e acho ser importante para a sociedade.”

“A RSC mostra ao aluno uma série de atores que estão envolvidos com a tomada de decisão, fala muito sobre ética e sustentabilidade e, que mesmo na forma teórica contribui para a criação dos valores de um administrador e de uma empresa.”

“Importante para a formação de um administrador moderno e adequado às necessidades do mercado.”

“Acredito que é um tema atual e que está começando a ser valorizado nas empresas, se tivesse a oportunidade de cursar uma eletiva sobre o assunto, o faria.”

“É um tema altamente discutido nas maiores empresas e, portanto, é importante que a pessoa esteja sabendo do assunto.”

“Porque é um tema que optei para a minha monografia.”

“Trabalhei na área e sei o quanto é importante.”

“Acredito ser um tema bem atual e ainda pouco abordado pelas universidades...”

“Para aprender os diferentes modos de praticar a Responsabilidade Social.”

As justificativas de quem disse que não cursaria a disciplina foram:

“Porque tenho um maior interesse em outros assuntos.”

“Pois há outras matérias mais importantes para a minha área que é finanças.”

“Buscaria matérias de especialização na minha área.”

“Já realizei iniciação científica sobre o assunto.”

“Responsabilidade Social deve permear todas as matérias, no discurso do professor.”

“Neste momento, busco eletivas de finanças, mas acho um tema interessante, mas não prioridade.”

“Não acredito que seja um assunto à parte.”

“Porque existem outros temas em eletivas que me interessam mais...”

“Maior interesse em outras áreas.”

Com isso, pode ser visto que há aqueles que se interessam pelo tema e cursariam uma disciplina sobre o assunto, pois consideram esse tema de grande importância para sua formação de administrador e há aqueles que não cursariam a disciplina. Vale observar que a demanda das empresas é citada com razoável frequência entre as razões para cursar uma disciplina sobre o tema. As justificativas daqueles que não cursariam demonstram que eles acham que a RSC deve abranger todas as matérias da faculdade, não somente sendo uma matéria específica, ou seja, é preciso ser abordada em outras áreas como Recursos Humanos, Estratégia e Marketing.

Outras justificativas apontam que os estudantes preferem focar em suas áreas de interesse no mercado de trabalho, isto é, se for Marketing, eles vão procurar eletivas de Marketing, se for Finanças, vão procurar eletivas de Finanças. Logo, seria interessante as disciplinas, no geral, falarem sobre o assunto, já que a RSC pode ser abordada em várias disciplinas da Administração. E isso, inclusive, foi citado por um respondente da pesquisa: *“Não acredito que seja um assunto à parte.”*. Outra justificativa foi que o aluno já havia realizado iniciação científica sobre isso, já tendo então estudado os conceitos relacionados à RSC.

4.2.3. Espaço e abordagem sobre o tema

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

Foram feitas questões para investigar a percepção dos estudantes em relação à abordagem e ao espaço dados ao tema na faculdade. Essas questões foram medidas com escalas *Likert* de 5 pontos com 1 para “Discordo Totalmente” até 5 para “Concordo Totalmente” e as análises feitas com o teste t no SPSS.

Em relação à opinião dos estudantes sobre se o tema é bastante abordado na graduação em Administração da faculdade que eles cursam/cursaram, as hipóteses nula e alternativa são: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu < 3$ (representando que o tema não é bastante abordado). A hipótese nula foi rejeitada a um nível de significância de 5%, com isso houve evidências de que o tema não é bastante abordado na graduação em Administração.

Em relação à percepção dos estudantes sobre se poderia haver mais espaço para o ensino do tema RSC na graduação em Administração da faculdade que eles cursam/cursaram, as hipóteses nula e alternativa são: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. A hipótese nula foi rejeitada a 5% de significância e, com isso, houve evidências de que os alunos pensam que deveria haver mais espaço para o ensino da RSC na graduação em Administração.

Quanto à questão sobre se os estudantes percebem que o tema é tratado na graduação da faculdade de uma forma superficial, as hipóteses nula e alternativa são: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. A hipótese nula foi rejeitada a um nível de significância de 5%, havendo então evidências de que o tema é abordado de maneira superficial na graduação em Administração.

Além dessas questões, também foi realizada uma pergunta para saber se os estudantes aprendem mais sobre RSC em meios externos à faculdade, como televisão, jornal, revista e trabalho. A hipótese nula e a hipótese alternativa foram: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. Nesse caso, o teste estatístico também foi significativo a 5%. Logo, houve evidências de que os estudantes aprendem mais sobre o tema em meios externos à faculdade.

De modo geral, esses resultados apontam que, apesar de a literatura sublinhar a necessidade de ensinar a RSC nos cursos de Administração (SOUZA et al., 2003; CANOPF e PASSADOR, 2004; MUIJEN; 2004; URDAN e HUERTAS, 2004; FOURNEAU e SERPA, 2006; GONÇALVES-DIAS et al., 2006; XAVIER et al., 2006; MEDEIROS et al., 2007), aos olhos dos alunos pesquisados, o espaço dedicado ao tema ainda é insuficiente e seu tratamento é avaliado como superficial.

4.2.4. Dúvidas e questionamentos sobre o tema

Foi feita uma pergunta para saber se os estudantes possuem dúvidas e questionamentos sobre o assunto RSC. As respostas também foram dadas em uma escala *Likert* de 5 pontos, com 1 para “Discordo Totalmente” até 5 para “Concordo Totalmente”. As hipóteses são $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. Nesse caso, houve evidências a um nível de significância de 5% para se rejeitar a hipótese nula, ou seja, há evidências de que os alunos possuem dúvidas e questionamentos sobre o tema RSC que gostariam de esclarecer, em consonância com o estudo qualitativo de Silva e Chauvel (2009), que também apontou que os alunos possuíam tais dúvidas.

4.2.5. Capacidade de formação de gestores socialmente responsáveis

Os estudantes foram questionados sobre a capacidade da faculdade em que eles cursam/cursaram Administração em formar gestores socialmente responsáveis. Nesse caso, as respostas também foram dadas em uma escala *Likert* de 5 pontos, onde: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. Houve evidências a um nível de significância de 5% de que as faculdades dos entrevistados, segundo eles próprios, são capazes de formar gestores socialmente responsáveis para atuarem no mercado. Ou seja, apesar de os alunos acharem que deve haver um maior espaço para abordar o tema, segundo eles, as instituições de ensino de Administração que cursam/cursaram são capazes de formar gestores socialmente responsáveis.

4.2.6. Percepção quanto ao ensino da RSC

Havia questões para saber o que os alunos acham em relação ao ensino da RSC. As questões eram: (1) se na opinião deles, é importante a faculdade passar trabalhos para os alunos fazerem sobre o tema RSC; (2) se eles acham que as faculdades devem oferecer um ensino mais teórico sobre a RSC; e (3) se eles acham que as faculdades devem oferecer um ensino mais prático sobre a RSC.

Essas questões também foram respondidas em uma escala *Likert* de 5 pontos com as hipóteses: $H_0: \mu = 3$; $H_a: \mu > 3$. Os resultados do teste estatístico para a questão (1) mostraram que, a um nível de 5% de significância, a hipótese nula foi rejeitada, havendo evidências de que os estudantes acham que é importante as faculdades passarem trabalhos sobre RSC para os alunos.

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS ESTUDANTES

Os resultados do teste para a questão (2) também mostraram evidências a um nível de 5% de significância de que os estudantes acham que as faculdades precisam oferecer um ensino mais teórico sobre a RSC. Isso pode até ocorrer pelo fato de eles ainda terem dúvidas sobre o assunto, pois como apontaram Silva e Chauvel (2009), alguns alunos possuem até dúvidas básicas em relação ao próprio conceito do tema. Quanto aos resultados do teste para a questão (3), foi visto que, a um nível de 5% de significância, a hipótese nula pôde ser rejeitada, havendo evidências de que os alunos acham que as faculdades precisam oferecer um ensino mais prático sobre a RSC.

Por fim, foi elaborada uma questão, baseando-se nos resultados da pesquisa qualitativa de Silva e Chauvel (2009), contendo opções que poderiam ser colocadas nas faculdades para melhorar o ensino da RSC na graduação em Administração. Os entrevistados teriam que escolher as opções que poderiam ser colocadas em prática nas faculdades, sendo que eles podiam marcar mais de uma opção. Os resultados se encontram na Tabela 3, a seguir.

Tabela 3: Como ensinar RSC?

Opções	Frequência
Ter uma disciplina de RSC	44 (52%)
Incluir o tema RSC na ementa de disciplinas, como Recursos Humanos e Marketing	47 (55%)
Realizar seminários, palestras sobre o tema, levando executivos a contar experiências práticas	59 (69%)
Desenvolver trabalhos sobre o tema, para os alunos aprenderem a prática	41 (48%)
Realização de um programa de trabalho voluntário, para os alunos participarem	33 (39%)
Outros (quais?)	1 (1%)

Assim, a literatura que defende o ensino de RSC em Administração (SOUZA et al., 2003; CANOPF e PASSADOR, 2004; MUIJEN; 2004; URDAN e HUERTAS, 2004; FOURNEAU e SERPA, 2006; GONÇALVES-DIAS et al., 2006; XAVIER et al., 2006; MEDEIROS et al., 2007) parece estar de acordo com as demandas dos próprios alunos, já que eles querem ter mais esclarecimentos sobre a prática da RSC. Merece destaque a visão realista de alguns estudantes, que desejam conhecer sobre as práticas concretas da RSC nas organizações e, dessa forma, demandam que a faculdade ensine a RSC através,

REAd – Edição 65 Vol 16 N° 1 janeiro-abril 2010

principalmente, da realização de seminários trazendo executivos para contar experiências reais da prática, além de incluir o tema nas ementas das diversas disciplinas da Administração e desenvolver trabalhos sobre o tema.

De modo geral, com os resultados dos testes estatísticos, houve evidências de que os estudantes querem não só uma abordagem teórica, mas uma abordagem prática também. Como se viu anteriormente, os estudantes pesquisados demonstram estar preocupados com o tema, pois o consideram importante para a Administração. Soma-se a isso o fato de que eles buscam saber como colocar o tema em prática nas organizações e, diante disso, o ensino oferecido nas instituições de ensino superior parece trazer contribuições superficiais comparando-se às expectativas dos alunos, já que eles percebem que poderia haver mais espaço e que a abordagem atual não é adequada.

5. Considerações Finais e Sugestões para Futuras Pesquisas

O presente artigo teve o objetivo de realizar uma pesquisa quantitativa com alunos de graduação em Administração para investigar sua visão sobre o ensino da RSC nas instituições de ensino superior. A pesquisa é relevante, visto que a RSC é um tema que está na pauta de diversas empresas, empresas estas que acolherão os futuros administradores que hoje estão realizando a graduação. Tendo isso em vista, é interessante saber se os futuros administradores estão recebendo um ensino que está de acordo com suas expectativas frente à relevância do tema RSC.

Os resultados apontaram que, de acordo com os alunos, o ensino da RSC ainda é incipiente, já que eles acham que o tema é abordado de forma superficial e que, com isso, deveria haver um maior espaço para seu ensino.

Um outro ponto evidenciado pela pesquisa é que os estudantes já sabem que o tema é importante para a prática da Administração e, conseqüentemente, é relevante para seu ensino. Porém, como ainda é abordado superficialmente nas instituições de ensino superior em Administração, muitos ainda possuem dúvidas sobre o assunto e acabam buscando saber sobre o tema em outras fontes como em revistas, jornais e no próprio trabalho/estágio.

Com isso, eles sugerem que os cursos de graduação em Administração precisam ensinar mais teoria e prática aos alunos, principalmente desenvolvendo atividades em que o aluno possa visualizar a aplicação prática do que está sendo estudado, como através de

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

seminários e palestras que levam executivos a contar experiências práticas já vivenciadas no mundo corporativo. Os alunos também apontam a importância de incluir o tema na ementa de outras disciplinas de Administração, como Recursos Humanos e Marketing, já que a RSC é um tema que pode ser abordado em diversas matérias do curso de Administração.

O presente estudo quantitativo confirmou o que Silva e Chauvel (2009) haviam identificado em um estudo exploratório e qualitativo sobre o ensino da RSC na graduação em Administração. Apontou consciência dos estudantes quanto à importância da RSC em sua formação profissional e mostrou que há uma demanda por um ensino mais completo e avançado sobre o tema. Essa pesquisa foi feita no estado do Rio de Janeiro, sendo interessante a sua aplicação em outros estados do Brasil, para analisar como se encontra o ensino do tema nas demais regiões.

Além da abrangência geográfica, o estudo possui outras limitações, em especial no que diz respeito ao tipo e ao tamanho da amostra. De fato, não foi possível construir uma amostra probabilística do universo pesquisado. Assim, não se pode afirmar que a amostra seja representativa deste universo. O tamanho da amostra também constitui uma limitação, bem como o número de instituições pesquisadas. Seria interessante, dessa forma, aumentá-lo, incorporando outras instituições de ensino de Administração e entrevistando um maior número de alunos em cada uma, de modo a poder efetuar comparações entre os diversos tipos de instituições (públicas *versus* privadas, faculdades *versus* universidades). Por fim, o estudo investigou somente o ponto de vista dos estudantes. Outros públicos a serem abordados em estudos futuros são os coordenadores de curso, os professores e os departamentos de recursos humanos de empresas que contratam profissionais formados em administração.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, P. A. **Ética e responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

AGUILERA, R. V.; RUPP, D. E.; WILLIAMS, C. A.; GANAPATHI, J. Putting the S Back in Corporate Social Responsibility: A Multilevel Theory of Social Change in Organizations. **Academy of Management Review**, v. 32, n. 3, p. 836-863, 2007.

ARAÚJO, M. A. D.; LACERDA, L. O. Formação acadêmica do administrador: um estudo nas IED da cidade de Natal. In: XXVI ENANPAD. 2002. Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002.

ATAKAN, M. G. S.; EKER, T. Corporate Identity of a Socially Responsible University – A Case from the Turkish Higher Education Sector. **Journal of Business Ethics**, v. 76, p. 55-68, 2007.

BONATTO, A.; MAUSS, C. V.; MAGALHÃES, J. M. Ética e Responsabilidade Social: um estudo comparativo do balanço social da empresa Eletrocar. In: XXXI ENANPAD. 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

BOWEN, F. Corporate Social Strategy: Competing Views from Two Theories of the Firm. **Journal of Business Ethics**, v. 75, p. 97-113, 2007.

BROWN, T. J.; DANCIN, P. A. The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. **Journal of Marketing**, v. 61, 1997.

CANOPF, L.; PASSADOR, C. S. A Responsabilidade Social na Graduação em Administração da Região Sudoeste do Paraná: obrigação cumprida ou demanda atendida? In: XXVIII ENANPAD. 2004. Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

CARROLL, A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. **Business Horizons**, July-August, p. 39-48, 1991.

CHEAH, E. T.; CHAN, W. L.; CHIENG, C. L. L. The Corporate Social Responsibility of Pharmaceutical Product Recalls: An Empirical Examination of U.S. and U.K. Markets. **Journal of Business Ethics**, v. 76, n. 4, p. 427-449, 2007.

REAd – Edição 65 Vol 16 N° 1 janeiro-abril 2010

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

CHRISTENSEN, L. J.; PEIRCE, E.; HARTMAN, L. P.; HOFFMAN, W. M.; CARRIER, J. Ethics, CSR, and Sustainability Education in the Financial Times top 50 Global Business Schools: Baseline Data and Future Research Directions. **Journal of Business Ethics**, v. 73, p. 347-368, 2007.

COLLIER, J.; WANDERLEY, L. Thinking for the future: global corporate responsibility in the twenty-first century. **Futures**, p. 1-14, 2004.

CORNELIUS, N.; WALLACE, J.; TASSABEHJI, R. An Analysis of Corporate Social Responsibility, Corporate Identity and Ethics Teaching in Business Schools. **Journal of Business Ethics**, v. 76, p. 117-135, 2007.

CRANE, A.; MATTEN, D. Questioning the Domain of the Business Ethics Curriculum. **Journal of Business Ethics**, v. 54, p. 357-369, 2004.

DOH, J. P.; GUAY, T. R. Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 1, p. 47-73, 2006.

ENDERLE, G.; TAVIS, L. A. A Balanced Concept of the Firm and the Measurement of Its Long-term Planning and Performance. **Journal of Business Ethics**, v. 17, n. 11, p. 1129-1144, 1998.

FERRELL, O. C.; FRAEDRICH, J.; FERRELL, L. **Ética empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FOURNEAU, L. F.; SERPA, D. A. F. Percepções e Opiniões sobre o Ensino da Ética em Administração: a Voz dos Alunos. In: XXX ENANPAD. 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

FREIRE, R.; SOUZA, M. J. B.; ROSSETTO, C. R. Articulação Teórica entre Responsabilidade Social Corporativa e Vantagem Competitiva. In: XXXIII ENANPAD. 2009. São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2009.

GERDE, V. W. The Design Dimensions of the Just Organization: An Empirical Test of the Relation Between Organization Design and Corporate Social Performance. **Business & Society**, v. 40, n. 4, p. 472-477, 2001.

REAd – Edição 65 Vol 16 N° 1 janeiro-abril 2010

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1987.

GONÇALVES-DIAS, S. L. F.; TEODÓSIO, A. S. S.; SILVA, H. M. R.; CARVALHO, S. A. Inserção da Temática Ambiental em Cursos de Administração: Uma tipologia para (Re)Pensar a Formação de Administradores. In: XXX ENANPAD. 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.

HANSON, D.; GRIMMER, M. The mix of qualitative and quantitative research in major marketing journals, 1993-2002. **European Journal of Marketing**, v. 41, 2007.

HARTOG, M.; FRAME, P. Business Ethics in the Curriculum: Integrating Ethics through Work Experience. **Journal of Business Ethics**, v. 54, p. 399-409, 2004.

HAZEN, M. A.; CAVANAGH, G. F.; BOSSMAN, L. Teaching with Mission: Personal Development, Team Building, and Social Responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 51, p. 373-386, 2004.

HIGUCHI, A. K.; VIEIRA, F. G. D. Responsabilidade Social Corporativa e Marketing Social Corporativo: uma proposta de fronteira entre estes dois conceitos. In: XXXI ENANPAD. 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

HOND, F. D.; BAKKER, F. G. A. Ideologically Motivated Activism: How Activist Groups Influence Corporate Social Change Activities. **Academy of Management Review**, v. 32, n. 3, p. 901-924, 2007.

HUSTED, B. W.; ALLEN, D. B. The Relationship of International Organizational Strategy to Corporate Social Responsibility. In: XXVIII ENANPAD. 2004. Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

_____. Corporate Social Strategy in Multinational Enterprises: Antecedents and Value Creation. **Journal of Business Ethics**, v. 74, p. 345-361, 2007.

HUSTED, B. W.; SALAZAR, J. J. Taking Friedman Seriously: Maximizing Profits and Social Performance. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 1, p. 75-91, 2006.

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em: <www.ethos.org.br>
Acesso em Setembro de 2007.

KLEIN, J. G. Corporate Social Responsibility: A Consumer Perspective. **Advances in Consumer Research**, v. 31, p. 101-103, 2004.

LANTOS, G. P. The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility. **Journal of Consumer Marketing**, v. 18, n. 7, p. 595-630, 2001.

LUO, X.; BHATTACHARYA, C. B. Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. **Journal of Marketing**, v. 70, p. 1-18, 2006.

MACFARLANE, B.; OTTEWILL, R. Business Ethics in the Curriculum: Assessing the Evidence from U. K. Subject Review. **Journal of Business Ethics**, v. 54, 2004.

MARQUIS, C.; GLYNN, M. A.; DAVIS, G. F. Community Isomorphism and Corporate Social Action. **Academy of Management Review**, v. 32, n. 3, p. 925-945, 2007.

MARREWIJK, M. Concepts and Definitions of CSR and Corporate Sustainability: Between Agency and Communion. **Journal of Business Ethics**, v. 44, 2003.

MATTEN, D.; MOON, J. Corporate Social Responsibility Education in Europe. **Journal of Business Ethics**, v. 54, p. 323-337, 2004.

MCCLAVE, J. T.; BENSON, P. G.; SINCICH, T. **Statistics for Business and Economics**. 10ª edição. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2008.

MCDONALD, G. M. A Case Example: Integrating Ethics into the Academic Business Curriculum. **Journal of Business Ethics**, v. 54, p. 371-384, 2004.

MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. S.; WRIGHT, P. M. Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 1, p. 1-18, 2006.

MEDEIROS, C. R. O.; BORGES, J. F.; SÁ, R. C. R. A Formação do Administrador e a Responsabilidade Corporativa: ambigüidades e contradições no comportamento do futuro gestor. In: XXXI ENANPAD. 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial – A Administração do Terceiro Setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

_____. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MOHR, L. A.; WEBB, D. J. The Effects of Corporate Social Responsibility and Price on Consumer Responses. **The Journal of Consumer Affairs**, v. 39, n. 1, 2005.

MOORE, G. Regulatory Perspectives on Business Ethics in the Curriculum. **Journal of Business Ethics**, v. 54, p. 349-356, 2004.

MOTTA, S. L. S.; ROSSI, G. B. A Influência do Fator Ecológico na Decisão de Compra de Bens de Conveniência. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 38, n. 1, p. 46-57, 2003.

MUIJEN, H. S. C. A. Corporate Social Responsibility Starts at University. **Journal of Business Ethics**, v. 53, p. 235-246, 2004.

OWENS, D. From the Business Ethics Course to the Sustainable Curriculum. **Journal of Business Ethics**, v. 17, p. 1765-1777, 1998.

PESSOA, P. E. B.; NORONHA, A. B.; PRESTES JR, N. H.; HERNANDES, W. O.; CAMELO, R. S. Integrando o Aluno do Curso de Administração na Questão da Responsabilidade Social: Programa Integrado de Capacitação Empreendedora. In: XXIX ENANPAD. 2005. Brasília. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2005.

POLONSKY, M. J. Incorporating Ethics into Business Students' Research Projects: A Process Approach. **Journal of Business Ethics**, v. 17, p. 1227-1241, 1998.

RODRÍGUEZ, L. C.; LEMASTER, J. Voluntary Corporate Social Responsibility Disclosure: SEC "CSR Seal of Approval". **Business & Society**, v. 46, n. 3, 2007.

SANTOS., G. J. Cidadania Corporativa ou Ferramenta de Legitimação? — Uma Análise da Institucionalização das Práticas de Responsabilidade Social. In: XXXII ENANPAD. 2008. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2008.

O ENSINO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NA GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO: UM ESTUDO QUANTITATIVO SOBRE A PERCEPÇÃO DOS
ESTUDANTES

SCHAEFER, B. P. Shareholders and Social Responsibility. **Journal of Business Ethics**, v. 81, n. 2, p. 297-312, 2008.

SCHEPERS, D. H. The Impact of NGO Network Conflict on the Corporate Social Responsibility Strategies of Multinational Corporations. **Business & Society**, v. 45, n. 3, p. 282-299, 2006.

SCHOMMER, P. C.; ROCHA, F. C. C. As Três Ondas da Gestão Socialmente Responsável no Brasil: Dilemas, Oportunidades e Limites. In: XXXI ENANPAD. 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades. **RAE-eletrônica**, v. 3, n. 1, 2004.

SEN, S.; BHATTACHARYA, C. B. Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. **Journal of Marketing Research**, v. 38, n. 2, p. 225-243, 2001.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade Social Corporativa: Uma Investigação Sobre a Percepção do Consumidor. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 11, n. 3, 2007.

SEXTY, R. W. Teaching Business Ethics in Transitional Economies: Avoiding Ethical Missionary. **Journal of Business Ethics**, v. 17, p. 1311-1317, 1998.

SILVA, R. C. M.; CHAUVEL, M. A. Responsabilidade Social no Ensino em Administração: um estudo exploratório sobre a visão dos estudantes de graduação. In: XXXIII ENANPAD. 2009. São Paulo. **Anais...** São Paulo: ANPAD, 2009.

SIMS, R. R. Business Ethics Teaching: Using Conversational Learning to Build an Effective Classroom Learning Environment. **Journal of Business Ethics**, v. 49, p. 201-211, 2004.

SOUZA, W. J.; CARVALHO, V.; XAVIER, A. M. Mercado, Ética e Responsabilidade Social na Formação dos Profissionais de Administração e de Ciências Contábeis: uma análise teórico-comparativa sob a ótica das Diretrizes Curriculares Nacionais. In: XXVII ENANPAD. 2003. Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.

URDAN, A. T.; HUERTAS, M. K. Z. A Ética no Ensino de Marketing: Graduandos em Administração no Brasil versus Estados Unidos. In: XXVIII ENANPAD. 2004. Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

WINDSOR, D. Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 1, p. 93-114, 2006.

WOOD, D. J. Corporate Social Performance Revisited. **Academy of Management Review**, v. 16, n. 4, p. 691-718, 1991a.

_____. Toward Improving Corporate Social Performance. **Business Horizons**, July-August, p. 66-73, 1991b.

XAVIER, A. M.; SOUZA, W. J. Responsabilidade Social Empresarial: Estudo Teórico – Empírico à Luz dos Instrumentos Ethos. In: XXVIII ENANPAD. 2004. Curitiba. **Anais...** Curitiba: ANPAD, 2004.

XAVIER, A. M.; SOUZA, W. J.; LIMA, J. B.; CARVALHO, V. D.; LIMA, A. C. Formação Profissional e Ética no Curso de Administração: Leituras de Estudantes de Graduação de uma Faculdade Particular. In: XXX ENANPAD. 2006. Salvador. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2006.