

## GUÍA DOCENTE 2023-2024

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Responsabilidad social corporativa
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Administración y Dirección de Empresas
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Optativa
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Cuarto
<b>SEMESTRE:</b>	Segundo
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Español
<b>PROFESORADO:</b>	Juan Luis Vidal
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	Juanluis.vidal@uneatlantico.es

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>REQUISITOS PREVIOS:</b>	
No aplica.	
<b>CONTENIDOS:</b>	
<b>1</b>	<b>TEMA I – INTRODUCCIÓN A LA RSC</b>
1.1	Nociones básicas de RSC
1.2	Marco conceptual y alcance de la RSC
1.3	¿Ante quiénes es responsable la empresa? Los grupos de interés o stakeholders
1.4	¿De qué es responsable la empresa? Aspectos que se contemplan en la evaluación de la RSC
1.5	¿Es rentable y económicamente sostenible ser socialmente responsable?
1.6	El modelo socioeconómico y el papel de la empresa ante la RSC
<b>2</b>	<b>TEMA II – ÉTICA EMPRESARIAL</b>

- 2.1 Evolución histórica de la ética.
- 2.2 Definición de ética.
- 2.3 Ética y empresa
  
- 3 TEMA III – INTRODUCCION A LA SOSTENIBILIDAD**
- 3.1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
- 3.2 La interacción empresa-sociedad.
- 3.3 Hitos de cambio
- 4 TEMA IV – LA ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA**
- 4.1. Introducción a la Acción Social de la Empresa (ASE)
- 4.2 Principios de un plan de ASE
- 4.3 Diferencia entre patrocinio, mecenazgo, acción social de la empresa y marketing con causa
- 4.4 Tipos de acción social en la empresa
- 4.5 La ASE estratégica
- 4.6 Efectos sobre los resultados de las empresas.
- 5 TEMA - V MODELO DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA ASE Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS**
- 5.1 Fase estratégica
- 5.2 Fase Operativa
- 5.3 Alianzas sociales
- 6 TEMA VI LA COMUNICACIÓN Y LA RSC**
- 6.1 Problemas éticos del marketing
- 6.2 Responsabilidad en la publicidad y las ventas
- 6.3 Problemas éticos de la publicidad
- 6.4 Ética en el Marketing y autonomía del consumidor
- 6.5 Marketing para consumidores vulnerables
- 7 TEMA VII DIFUSIÓN DE LA RSC**
- 7.1 Comunicando la RSC
- 7.2 El dilema de la comunicación de la RSC
- 7.3 Aplicación estratégica de redes sociales como medio de comunicación de RSC
- 7.4 Informes anuales y comunicación en RSC
- 7.5 Elementos de la comunicación en RSC
- 7.6 La divulgación de la RSC mediante el informe social

## COMPETENCIAS

### COMPETENCIAS GENERALES:

CG1 - Analizar y sintetizar información sobre temas relacionados con la administración y dirección de empresas

CG2 - Organizar y planificar adecuadamente tareas en el ámbito de la administración y dirección de empresas

CG3 - Comunicarse adecuadamente de manera oral y escrita en lengua nativa en diferentes escenarios y situaciones de empresa

CG5 - Analizar y buscar información sobre administración y dirección de empresas proveniente de fuentes diversas

CG6 - Resolver problemas relacionados con el ámbito de la administración y dirección de empresas

CG7 - Tomar decisiones ante diferentes escenarios y situaciones que pueden darse en la empresa

CG8 - Trabajar en equipo y colaborar eficazmente con otras personas en la resolución de tareas en el ámbito de la administración y dirección de empresas

CG9 - Trabajar en un contexto internacional e interdisciplinar relacionado con el campo de la administración y dirección de empresas

CG10 - Habilidad en las relaciones interpersonales dentro del ámbito de la administración y dirección de empresas

CG11 - Ejercer la crítica y la autocrítica con fundamentos sólidos, teniendo en cuenta la diversidad y complejidad de las personas y de los procesos en el terreno empresarial

CG12 - Asumir la responsabilidad y el compromiso ético en el ámbito de las actividades relativas al ejercicio de la profesión empresarial

CG13 - Aprender de forma autónoma conceptos relacionados con la administración y dirección de empresas

CG15 - Resolver problemas de forma creativa e innovadora en el ámbito de la administración y dirección de empresas

CG16 - Ejercer labores de liderazgo en diferentes escenarios y situaciones relacionados con el ámbito empresarial

CG17 - Mostrar motivación por la calidad en los procesos, productos y servicios derivados de las actividades empresariales

CG18 - Mostrar preocupación y sensibilización hacia temas medioambientales y sociales como parte intrínseca de la administración y dirección de empresas

#### COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los alumnos sean capaces de:

Conocer, comprender y aplicar los conceptos básicos de la Responsabilidad Social.

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se esperan los siguientes resultados de aprendizaje por parte de los alumnos:

- Reconocer la importancia y vigencia de la ética empresarial como una herramienta para alcanzar la competitividad.
- Definir los conceptos de ética empresarial y Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y valorar la necesidad de su implantación como una fuente de ventaja competitiva.
- Implementar un plan de actuación en el ámbito de la responsabilidad social con su evaluación correspondiente.
- Identificar el papel que tiene la protección del medio dentro de la responsabilidad social de las empresas.
- Evaluar las acciones de responsabilidad social de las empresas hacia los stakeholders: clientes, proveedores y accionistas, entre otros.
- Reconocer la necesidad de la formación del personal como una fuente de ingreso y no de costos, su necesidad de aplicación constante y una vía segura de obtener competitividad.
- Relacionar la existencia de un clima empresarial adecuado, la existencia de liderazgo y la motivación de los trabajadores con el comportamiento ético de la empresa y el logro de la competitividad.
- Diferenciar el papel de los Recursos Humanos (RRHH) en la implantación de los sistemas de calidad ambiental.

## METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

#### METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en proyectos
- Aprendizaje orientado a proyectos
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupo
- Trabajo autónomo

#### ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	15
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	7,5
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	7,5
	Tutorías (individual / en grupo)	7,5
Actividades autónomas	Preparación de clases	15
	Estudio personal y lecturas	30
	Elaboración de trabajos (individual / en grupo)	30
	Trabajo en campus virtual	15
	Actividades de evaluación	7,5

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Entrega 4 trabajos	25%
	1 examen parcial	20%
	Valoración del profesor	5%
Evaluación final	Pruebas teórico practicas finales	50 %

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

#### CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico-práctica con un valor del 50% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Crane, A., Matten, D. and Glozer, S. (2019) *Business Ethics: Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*. Oxford New York, NY.
- Laasch, O. and Conaway, R. N. (2014) *Principles of Responsible Management: Global Sustainability, Responsibility, and Ethics*. Cengage Learning.
- Rasche, A., Morsing, M. and Moon, J. (2017) *Corporate Social Responsibility: Strategy, Communication, Governance*. Cambridge University Press.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Félix, E. R. Lozano A., José, Duque, E. B., Torre, C. G. de la and Aguilar, J.-F. L. (2012) *Responsabilidad social empresarial*. Pearson Educación.
- Crane, A., Matten, D., & Spence, L. (2013). *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*.
- García, F. N. (2012) *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. ESIC.
- García, R. F. (2010) *Responsabilidad social corporativa*. Editorial Club Universitario.

### WEBS DE REFERENCIA:

- <https://observatoriorsc.org/>
- <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- <https://empresaysociedad.org/>