Universidad Europea del Atlántico

# GUÍA DOCENTE 2026-2027

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

| | |
|---|---|
| ASIGNATURA: | Responsabilidad social corporativa |
| **PLAN DE ESTUDIOS:** | Grado en Administración y Dirección de Empresas |
| **FACULTAD:** | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades |
| **CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:** | Optativa |
| **ECTS:** | 6 |
| **CURSO:** | Cuarto |
| **SEMESTRE:** | Segundo |
| **IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:** | Español |
| **PROFESORADO:** | Laura Chiva Cedrún |
| **DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:** | laura.chiva@uneatlantico.es |

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

**REQUISITOS PREVIOS:**

No aplica.

**CONTENIDOS:**

**1 TEMA I – INTRODUCCIÓN A LA RSC**

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

**2 TEMA II – ÉTICA EMPRESARIAL**

2.1 Evolución histórica de la ética.

2.2 Definición de ética.

2.3 Ética y empresa

**3 TEMA III – INTRODUCCIÓN 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

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE:

RAC4 Capacidad para dirigir, gestionar y desarrollar el capital humano de la empresa

### COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

- Gestionar conflictos sociales de manera constructiva, aplicando estrategias y técnicas acordes a los principios de la mediación.
- Saber aplicar la metodología y técnicas del coaching en procesos de desarrollo.
- Conocer, comprender y aplicar los conceptos básicos de la Responsabilidad Social.

## 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:

- MD1 Método expositivo
- MD2 Estudio y análisis de casos
- MD3 Resolución de ejercicios

- MD4 Aprendizaje basado en problemas
- MD6 Aprendizaje cooperativo/trabajo en grupo
- MD7 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 de dedicación | % Presencialidad |
|---|---|---|
| Actividad autónoma: Preparación de clases | 6 | 0% |
| Actividad autónoma: Estudio personal y lecturas | 30 | 0% |
| Actividad autónoma: Elaboración de trabajos (individual/en grupo) | 30 | 0% |
| Actividad autónoma: Trabajo en | 15 | 0% |

| | | |
|---|---|---|
| Campus Virtual | | |
| Actividad dirigida: Clases expositivas | 15 | 100% |
| Actividad dirigida: Clases prácticas | 15 | 100% |
| Actividad dirigida: Seminarios y Talleres | 7,5 | 100% |
| Actividades de Evaluación | 7,5 | 100% |
| Actividad supervisada: Supervisión de actividades | 7,5 | 100% |
| Actividad supervisada: Tutoría (individual/ en grupo) | 7,5 | 100% |

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

En cumplimiento con las medidas institucionales de garantía de la calidad académica y trazabilidad de la autoría, se destinará un mínimo del 10 % de las horas lectivas de la asignatura a la realización, supervisión y seguimiento de trabajos,

actividades prácticas u otras actividades evaluables que requieran evidencias del proceso de aprendizaje del estudiantado.

## 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 3 trabajos | 20% |
| | 1 examen parcial | 25% |
| | Valoración del profesor | 5% |
| **Evaluación final** | Examen Teórico-Práctico Final | 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 (consúltese 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.

**RÉGIMEN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN**

Esta asignatura se rige por el Protocolo de Medidas para Garantizar la Calidad y la Integridad Académicas de UNEATLANTICO, en lo relativo al uso de herramientas de inteligencia artificial en actividades académicas y evaluativas.

Para cada actividad de evaluación, el régimen de uso de IA aplicable y el sistema de trazabilidad de autoría requerido se especificarán expresamente en el enunciado correspondiente a dicha actividad.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en el enunciado de la actividad de evaluación dará lugar a la aplicación del régimen de sanciones previsto en el Reglamento Académico del Alumno.

## 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/