

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 Campus Virtual	15	0%
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.

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.

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/>