Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Responsabilidad Social Corporativa
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
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:	Juan Luis Vidal
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	juanluis.vidal@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 – 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:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1 - Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG3 - Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los estudiantes sean capaces de:

- Capacidad para aplicar los conceptos sobre la Responsabilidad Social y la Ética Empresarial, contribuyendo al desarrollo de habilidades relacionadas con la redacción y presentación de códigos éticos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- 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.
- Evaluar las acciones de responsabilidad social de las empresas hacia los stakeholders: clientes, proveedores y accionistas, entre otros.
- 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.

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
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- 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	7,5
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	15

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	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.

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	Actividades de evaluación continua y formativa	50 %

	- 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 (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.
- 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/

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

No aplica