

GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	RSC en la Comunicación
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa
MATERIA:	Dirección y gestión de la comunicación corporativa
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	3
CURSO:	Primero
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
PROFESORADO:	Prof. Carlos Marcuello
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	carlos.marcuello@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica
CONTENIDOS:
Tema 1. Fundamentos de la ética empresarial. Tema 2. Necesidad de la ética empresarial. Tema 3. Fundamentos de responsabilidad social corporativa. Tema 4. RSC hacia los grupos de interés de la empresa. Tema 5. El factor humano como centro de la ética empresarial. Tema 6. Aplicación de la RSC en Comunicación. Tema 7. La responsabilidad social individual del periodista.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS GENERALES:
Que los estudiantes sean capaces de: - CG1. Poseer la formación para la comprensión de procesos y prácticas de comunicación en diferentes contextos.



- CG3. Poseer la formación para resolver problemas de comunicación en diversos contextos organizativos y en nuevos escenarios de comunicación.
- CG4. Poseer formación para integrar los conocimientos adquiridos y formular juicios críticos sobre los mismos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE6. Describir y diferenciar los fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa en la actualidad.
- CE7. Planificar y evaluar procesos y proyectos de Responsabilidad Social Corporativa en empresas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

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

- Dominar los conceptos de ética empresarial y Responsabilidad Social Corporativa (RSC), su importancia y vigencia en las condiciones actuales y la necesidad de su uso como una fuente de ventaja competitiva en la empresa.
- Aplicar conocimientos para la elaboración de una estrategia para la promoción de la ética empresarial en la empresa.
- Aplicar conocimientos sobre la responsabilidad de los medios de comunicación en el manejo de la información.

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 cooperativo
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

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

Actividades formativas	
Actividades supervisadas	Actividades de foro
	Supervisión de actividades
	Tutorías individuales
Actividades autónomas	Sesiones expositivas virtuales
	Preparación de las actividades de foro
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos individuales
	Realización de actividades de autoevaluación

El día de inicio del período lectivo de la asignatura, el profesor proporciona información detallada al respecto para que el alumno pueda organizarse.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

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

Actividades de evaluación	Ponderación
Actividades de debate	20%
Trabajo práctico	30%
Prueba tipo test en línea	50%

Para más información, consúltese [aquí](#).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

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

Actividades de evaluación	Ponderación
Calificación obtenida en la actividad de debate de la convocatoria ordinaria	20%
Realización de un trabajo individual	30%
Realización de una prueba tipo test	50%

Para más información, consúltese [aquí](#).



BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas en orden de importancia:

- Medina, A.; Negrín, J. (s.f.) RSC en la Comunicación. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Observatorio de Responsabilidad Corporativa (2014). Introducción a la Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de <http://observatoriorsc.org/introduccion-la-responsabilidad-social-corporativa/>
- Sullivan M. (2001). La Oficina de Prensa Responsable. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de <https://photos.state.gov/libraries/amgov/30145/publications.../pressoffice-sp.pdf>
- Sullivan, M. (2012) Una Oficina de prensa responsable en la era digital. Serie de Manuales. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de https://photos.state.gov/.../A_Responsible_Press_Office_Second_Edition_Spanish.pdf

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable. Están ordenadas alfabéticamente:

- Antezana, M. (2009). Responsabilidad Social en Comunicación.
- Bonilla, C. (2010) Un acercamiento a la Responsabilidad Social Periodística.
- Bristol, I. (1978). Ética y Empresa. Originalmente este trabajo apareció como los capítulos 9, Ethics and the Corporation y el cap. 10, Horatio Alger and Profits, del libro Two Cheers for Capitalism del autor, editado por Basic Books, New York.
- Cannon, T. (1994). La responsabilidad de la empresa. Ediciones Folio, Barcelona, España.
- Cerrada, R. (2008). Responsabilidad social versus Comunicación social.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde sobre responsabilidad social de las empresas. Comisión Europea, Bruselas, Bélgica.
- Elegido, J.M. (1998). Fundamentos de ética de empresa. La perspectiva de un país en desarrollo. Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa, México.
- Ferré, C. y Tolotti, C. (2010). Responsabilidad Social Corporativa de empresas de comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. España.
- Roser, I. (2005). Guía de la RSC para las Pymes. Observatorio de Responsabilidad Corporativa. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de <http://observatoriorsc.org/guia-de-la-rsc-para-las-pymes-la-responsabilidad-esta-en-tus-manos/>
- Vives, A. y Peinado, E. (2011) La responsabilidad social de la empresa en América Latina. Recuperado el 23 de noviembre de 2017 de <https://publications.iadb.org/handle/11319/5383>



WEBS DE REFERENCIA:

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: <http://observatoriorsc.org/>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

- Base de datos EBSCO – Acceso a través del campus virtual.