

GUÍA DOCENTE 2025-2026

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	RSC en la comunicación		
PLAN DE ESTUDIOS:	Máster Universitario en Comunicación Corporativa		
FACULTAD:	Centro de Posgrado		
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria		
ECTS:	4		
CURSO:	Primero		
SEMESTRE:	Primero		
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español		
PROFESORADO:	Msc. Sonia Juliana Pérez		
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	sonia.perez@uneatlantico.es		

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
• Tema 1. Fundamentos de la ética empresarial. - Subtema 1.1. Definición - Subtema 1.2. Historia - Subtema 1.3. Ética empresarial

- Subtema 1.4. Ética, legalidad y valores
- Tema 2. Necesidad de la ética empresarial.
 - Subtema 2.1. Empresa y sociedad
 - Subtema 2.2. Historia y teorías de la ética empresarial
 - Subtema 2.3. La gestión sostenible de la empresa
- Tema 3. Fundamentos de responsabilidad social corporativa.
 - Subtema 3.1. Concepto y antecedentes
 - Subtema 3.2. Tipos de responsabilidades sociales
 - Subtema 3.3. Plan de actuación
- Tema 4. RSC hacia los grupos de interés de la empresa.
 - Subtema 4.1. Los grupos de interés de la empresa
 - Subtema 4.2. La gestión de la RS en la empresa
 - Subtema 3.3. El factor humano como centro de la ética empresarial.
- Tema 5. Aplicación de la RSC en Comunicación.
 - Subtema 5.1. RSC y medios de comunicación
 - Subtema 5.2. RSC como herramienta de comunicación
 - Subtema 5.3. La responsabilidad social individual del periodista

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

RAC2- Describir y diferenciar los fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa en la actualidad.

RAK4- Planificar y evaluar procesos y proyectos de Responsabilidad Social Corporativa en empresas.

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 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 supervisadas	Sesiones expositivas virtuales	8
	Actividades de foro	15
	Supervisión de actividades	3
	Tutorías (individual / en grupo)	8
Actividades autónomas	Preparación de las actividades de foro	15
	Estudio personal y lecturas	25
	Elaboración de trabajos (individual-en grupo)	20
	Realización de actividades de autoevaluación	3
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	3

El día del 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	30%
Examen final	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%
Trabajo	30%
Examen final	50%

Para más información consúltese [aquí](#)

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria y están ordenadas por nivel de importancia:

- Medina, A.; Negrín, J. (s.f.) RSC en la Comunicación. Material didáctico propio elaborado para el máster.
- Monfort, A., & Mas Iglesias, J. M. (2021). Barreras y oportunidades para la comunicación de la responsabilidad social en redes sociales. *Comunicación Y Hombre*, (17), 349-361. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.645.349-361>
- Vargas Merino J. A., & Abad Acosta G. Y. (2020). Marketing Social y Responsabilidad Social. Una confrontación teórica. *Neumann Business Review*, 6(2), 40 - 66. <https://doi.org/10.22451/3006.nbr2020.vol621.10050>
- 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/>
- Beltrán Virgüez, J. E., & Sanes Orrego, A. (2024). Una revisión crítica de la sostenibilidad social en los marcos de la responsabilidad social corporativa y el valor compartido. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1–19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-908>
- Martín-Herrero, J. M., & Oliver-González, A. B. (2024). El propósito empresarial como elemento de comunicación corporativa y reputación. De la RSC a la sostenibilidad. *European Public & Social Innovation Review*, 9. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-776>
- Miranda Fonseca, Y., & Flores Valdiviezo, T. (2024). Estrategias innovadoras de comunicación para potenciar la Responsabilidad Social Corporativa. *European*

Public & Social Innovation Review, 9, 1–21.

<https://doi.org/10.31637/epsir-2024-907>

- Molina Bailon, O. (2024). Disonancia entre la transformación tecnológica y ética periodística: Una reflexión crítica del impacto de la inteligencia artificial en los medios de comunicación. *AdComunica*, 91–114. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.8002>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

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

- Antezana, M. (2009). *Responsabilidad Social en Comunicación*.

- Bonilla, C. (2010) *Un acercamiento a la Responsabilidad Social Periodística*.

- 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.

- Morales Ruiz, F. A. (2020). Principales Factores Considerados Parte de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) “Metodología para la Formulación del Marco Teórico”. *Journal of Business and entrepreneurial*, 4(2), 214-231.

- 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-es-ta-en-tusmanos/>

- 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>

- Calado, J. (2024). Percepciones de los gerentes de hostelería de Macao sobre la sostenibilidad y la RSC. *ROTUR. Revista de Ocio y Turismo*, 18(1), 55–75. <https://doi.org/10.17979/rotur.2024.18.1.10221>

Candón-Mena, J., Carrasco-Campos, Ángel, & Sola-Morales, S. . (2024). Sostenibilidad de los medios de comunicación: Dimensiones y retos en la era digital. *Ámbitos. Revista Internacional De Comunicación*, (63), 7–10. Recuperado a partir de <https://revistascientificas.us.es/index.php/Ambitos/article/view/25274>

- de la Rubia Rivas, M. I. (2024). Televisión, Redes Sociales y Responsabilidad Social Educativa: una necesidad imperiosa. *Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación*, 1(33), 183–200. <https://doi.org/10.12795/CP.2024.i33.v1.10>

- De-la-Torre-Prados , I., & Porto Pedrosa, L. (2024). Responsabilidad Social Corporativa, sostenibilidad y educación universitaria. *Cuestiones Pedagógicas. Revista De Ciencias De La Educación*, 1(33), 49–68. <https://doi.org/10.12795/CP.2024.i33.v1.03>
- Estanyol i Casals, E., Compte Pujol, M., & Lalueza, F. (2024). Comunicar la responsabilidad social corporativa: de opción a necesidad. *COMeIN: Revista de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación*, 143. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9701608>
- Fonseca, I., Bernate, J., & Cabanzo, C. (2024). Medición de la Responsabilidad Social Corporativa en organizaciones deportivas: desarrollo y validación de escala, estudio piloto (Measuring Corporate Social Responsibility in sport organizations: scale development and validation, pilot study). *Retos*, 53, 58–68. <https://doi.org/10.47197/retos.v53.101720>
- Piqueras Blanco, J. (2024). Estrategias de RSC en el sector industrial (Treball Final de Grau). Universitat de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/214857>
- Reyes Rendón, J., Vargas Martínez, E. E., & Hernández Sánchez, A. R. (2024). Responsabilidad social corporativa y compromiso organizacional en la hotelería. Una revisión sistemática y bibliométrica. *Investigaciones Turísticas*, (27), 243–267. <https://doi.org/10.14198/INTURI.25291>

WEBS DE REFERENCIA:

- Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa: <http://observatoriorsc.org/>
- <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

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