

GUÍA DOCENTE

*Pendiente de actualización

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:	Castellano
PROFESORADO:	Juan Luis Vidal
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	juanluis.vidal@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:
No aplica.
CONTENIDOS:
<ul style="list-style-type: none"> • TEMA 1 – INTRODUCCIÓN A LA RSC <ol style="list-style-type: none"> 1. Nociones básicas de RSC 2. ¿Es rentable y económicamente sostenible ser socialmente responsable? • TEMA 2 – ÉTICA EMPRESARIAL

1. Evolución histórica de la ética.
2. Ética y empresa
 - TEMA 3 – DIMENSIONES DE LA RSC Y GRUPOS DE INTERÉS
 1. El modelo socioeconómico y el papel de la empresa ante la RSC
 2. La creación de valor en la empresa y los beneficios de la RSC
 - TEMA 4 – INTRODUCCION A LA SOSTENIBILIDAD
 1. Sostenibilidad y desarrollo sostenible
 2. La interacción empresa-sociedad.
 3. Hitos de cambio
 - TEMA 5 – LA ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA
 1. Introducción a la Acción Social de la Empresa (ASE)
 2. Principios de un plan de ASE
 3. Diferencia entre patrocinio, mecenazgo, acción social de la empresa y marketing con causa
 4. Tipos de acción social en la empresa
 5. LA ASE ESTRATÉGICA
 6. Efectos sobre los resultados de las empresas.
 - Tema - 6 MODELO DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA ASE Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS
 1. Fase estratégica
 2. Fase Operativa
 3. Alianzas sociales

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:

- CEO11. 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	
Actividades dirigidas	Clases expositivas
	Clases prácticas
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades
Actividades autónomas	Preparación de clases
	Estudio personal y lecturas
	Elaboración de trabajos
	Trabajo en campus virtual

El primer día de clase, el profesor 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	Examen parcial	20 %
	Cuatro trabajos	25 %
	Interés y participación del alumno de la asignatura	5 %
Evaluación final	Examen teórico-práctico	50 %

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltase el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico 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:

- Laasch, O. y Conawa, R. (2014). *Principles of Responsible Management: Global Sustainability, Responsibility, and Ethics*. Londres: Cengage Learning.

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.

- Crane, A., Matten, D. y Spence, L. (2013). *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*. Londres: Routledge.
- García Navarro, F. (2012). *Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: ESIC Editorial.
- García Fernández, R. (2010). *Responsabilidad social corporativa*. Madrid: Editorial Club Universitario.



WEBS DE REFERENCIA:

- <https://observatoriorsc.org/>
- <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>
- <https://empresaysociedad.org/>