

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

### DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de	Módulo	Comunicación Corporativa			
	Materia	Responsabilidad Social			
	Asignatura	idem			
Código	29438		Tipo	Básica	
				Obligatoria	
				Optativa	Optativa
Nº de créditos	3 cr				
Curso	1º		Semestre	Primavera	X
	2º			Otoño	
	3º	X			
	4º				

### DATOS BÁSICOS DEL PROFESOR

Nombre	Selina Pilar Bustamante Porras-Ysla Fdz.		
Departamento	Humanidades		
Correo electrónico	sbustamante@cesag.org		
Horas de tutoría	A determinar		
Despacho	22		
Lengua en que se impartirá la materia/asignatura	Castellano	Uso docente de otras lenguas	Inglés

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA MATERIA/ASIGNATURA

#### 1. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA/ASIGNATURA

##### Justificación en el plan de estudios

La *Responsabilidad Social Corporativa* va adquiriendo una importancia estratégica clave no sólo en la construcción de la marca, sino también en el bienestar social.

La asignatura de *Responsabilidad Social Corporativa* dará al alumno que haya escogido el itinerario de **Comunicación Corporativa** los fundamentos básicos para comprender y manejar una estrategia clave en la construcción de marca, y para comprender la importancia honesta y auténtica de la vocación de servicio a la hora de crear empresas sostenibles..

Descripción del módulo en que se ubica la materia/asignatura

Módulo optativo: Itinerario formativo en **Comunicación Corporativa**, de 12 créditos ECTS.

Asignaturas optativas pertenecientes al módulo: *Comunicación Interna* (3 cr.), *Marketing y Comunicación* (3 cr.), *Responsabilidad Social y Corporativa* (3 cr.), *Periodismo Social y de Servicio* (3 cr.)

Relación con otras materias que no pertenecen al módulo

Ética y Deontología de la Comunicación.  
Comunicación Empresarial e Institucional I y II.  
Introducción a la Relaciones Públicas.  
Cristianismo y Cultura Contemporánea.

Relación con el perfil de la profesión

Asignatura que contribuye en la formación de los siguientes perfiles: encargado de la gestión de la imagen corporativa, construcción de marca, prestigio y reputación; responsable de prensa o comunicación institucional o empresarial; miembro de un gabinete de prensa o de comunicación tanto en instituciones públicas como en privadas.

Conocimientos previos necesarios

## **2. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA/MATERIA CONTRIBUYE A ALCANZAR:**

### **Competencias Generales del CESAG que la asignatura/materia contribuye a adquirir:**

CG1 Comprender y expresarse correctamente de forma oral y escrita y ser capaz de adecuar el mensaje a distintos públicos en las lenguas oficiales y al menos en un idioma extranjero.

CG3 Usar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en su desarrollo profesional.

CG4 Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

CG6 Diseñar y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética.

CG7 Aplicar los conocimientos adquiridos a la práctica.

CG8 Trabajar en equipo.

### **Competencias específicas de la titulación que la asignatura/materia contribuye a adquirir:**

CE1 Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación.

CE3 Conocer y utilizar con eficacia comunicativa los sistemas y recursos informáticos y sus aplicaciones interactivas.

CE6 Conocer la ética y la deontología profesional del periodismo así como el ordenamiento jurídico de la información, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión.

CE7 Utilizar críticamente los diferentes lenguajes, géneros y formatos informativos así como los soportes tecnológicos, tanto analógicos como digitales.

CE8 Conocer la estructura, el funcionamiento y las formas de gestión de las empresas de comunicación.

CE10 Conocer las principales teorías y debates sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa.

### 3. OBJETIVOS/COMPETENCIAS (RESULTADOS DE APRENDIZAJE):

1. Conocer la estructura, el funcionamiento y las formas de gestión de las empresas de comunicación.
2. Conocer las principales teorías y debates sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa.
3. Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la comunidad autónoma y sus interrelaciones con el contexto español, europeo y mundial.

### 4. CONTENIDOS:

0. Introducción.
  - 0.1 Concepto.
  - 0.2 Historia.
1. Aplicación de la RSC.
  - 1.1 Formalización de políticas a partir del diálogo social con los *stakeholders*.
  - 1.2 La acción empresarial.
  - 1.3 Transparencia. Control. Mercado.
2. La RSC en distintos Sectores Estratégicos
  - 2.1 El segundo sector.
  - 2.2 El tercer sector.
3. Naciones Unidas y el Pacto Mundial
  - 3.1 Instrucciones.
  - 3.2 El Libro Verde de la UE.
  - 3.3 Líneas directivas de la OCDE.
4. Ética o estética de la RSC.
  - 4.1 Las empresas: qué dicen que hacen vs. qué están haciendo.
  - 4.2 Estudio de casos.
  - 4.3 Proyecto.

## 5. METODOLOGÍA:

### Modalidades organizativas

Interacción profesor-estudiante ( Presencial / on-line )	Centradas en el profesor	Clases teóricas	20 %
		Clases prácticas	
	Centradas en el estudiante	Seminarios-Talleres	20 %
		Exposición de trabajos	
		Actividad Evaluativa	
Trabajo autónomo del estudiante (No presencial)	Estudio y trabajo individual	Estudio de Teoría	60 %
		Preparación de trabajos	
		Preparación actividad de evaluación	
	Estudio y trabajo en grupo	Estudio de Teoría	
		Preparación de trabajos	
		Preparación actividad de evaluación	

### Metodologías

Lección magistral  
 Discusión y análisis de casos por grupos  
 Proyecto de grupo  
 Proyecto individual

### Cronograma semanal

Semana del 2º semestre		Actividad presencial			Actividad autónoma			Total horas
		Tipo de actividad	Agrupamiento	Horas	Tipo de actividad	Agrupamiento	Horas	
1	13-19 feb	Presentación	Gran grupo	2h	Buscar bibliografía		2h	4
2	20-26 feb	Introduc. Clase teórica	Gran grupo	2 h	Buscar bibliografía		2 h	4
3	27 feb-4 mar 1 no lectivo	Tema 1 Clase teórica Semin-taller	Gran grupo	2 h	Estudio		2 h	4
4	5-11 mar	Tema 1 Clase teórica Semin-taller	GG Pequeño grupo	2 h	Estudio		2 h	4
5	12-18 mar	Tema 1 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio		2 h	4
6	19-25 mar	Tema 2 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos.		2 h	4
7	26 mar-1 abr	Tema 2 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos		2 h	4
8	2-6 abr Desde 4 a las 14.00 no lectivo						4 h	4
9	9-15 abr no lectivo						4 h	4
10	16-22 abr	Tema 2 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos		2 h	4
11	23-29 abr	Tema 3 Clase teórica Prueba evaluativa	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos		2 h	4
12	30 abr-6 may	Tema 3 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos		2 h	4
13	7-13 may	Tema 3 Clase teórica Semin-taller	GG P G	2 h	Estudio y análisis de casos		2 h	4
14	14-20 may	Tema 4 Clase teórica Análisis casos	GG P G	2 h	Estudio y Proyecto		2 h	4
15	21-27 may	Tema 4 Clase teórica  Análisis casos	GG P G	2 h	Estudio y Proyecto		2 h	4
16	28 may-3 jun	Tema 4 Exposición trabajo	GG P G	2 h	Estudio y Proyecto		2 h	4
17	4-10 jun	Tema 4 Exposición trabajo	GG P G	2 h	Estudio y Proyecto		2 h	4
18	11-17 jun Exámenes						2 h	4
19	18-24 jun Exámenes						3 h	3
Total				30			45	75

## 6. EVALUACIÓN

### Estrategias evaluativas

Comentarios y participación
Exposiciones
Trabajo en grupo
Trabajo individual
Prueba escrita

Resultados de aprendizaje	Instrumentos de evaluación y su peso en la calificación			
	Instrumento	Peso en la calificación %	Mínimos	Carácter
	Participación en clase	20 %		No recuper
	Entrega de ejercicios	20 %		No recuper
	Prueba de desarrollo	30 %		Recuperable
	Trabajo individual	30 %		Recuperable

#### Mecanismos de seguimiento de la materia/asignatura

Entrega de ejercicios propuestos.  
Seguimiento del trabajo individual.  
Tutorías individualizadas.

## 7. RECURSOS

#### Bibliografía básica

Se proporcionará al comienzo del curso

#### Bibliografía complementaria

**Anzizu, José M.** *Dirigir empresas sostenibles*. Ediciones Gestión. Barcelona, 2008.

**Caneiro Caneda, Manuel.** *La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos*. ESIC Editorial. Madrid, 2004.

**Chinchilla, Nuria.** *Ser una empresa familiarmente responsable, ¿lujo o necesidad?* Prentice-Hall. Madrid, 2006.

**De la Cuesta Gonzalez, Marta.** *Responsabilidad social corporativa*. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 2004.

**Epstein, Marc J. y Birchard, Hill.** *La empresa honesta: como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja*. Paidós Ibérica. Madrid, 2005.

**Fernández Gago, Roberto.** *Administración de la responsabilidad social corporativa* Thomson Paraninfo, S.A. Madrid, 2005.

**Fernández Izquierdo, M.A.** *El gobierno corporativo como motor de la responsabilidad social corporativa*. Universidad Jaume I. Castellón.

**Hart, Stuart L.** *El capitalismo en la encrucijada: como obtener beneficios empresariales y generar mejoras sociales a un mismo tiempo*. Deusto S.A. Barcelona, 2007.

**Navarro García, Fernando.** *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica* ESIC Editorial. Madrid, 2008.

**Olcese Santonja, Aldo.** *Manual de la empresa responsable y sostenible* McGraw-Hill. Madrid, 2008.

**Osario, Miguel.** *Empresa y ética: la responsabilidad social corporativa.* Voz de papel. Madrid, 2005.

**Perdiguero, Tomás G.** *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial.* Universidad de Valencia. 2005.

**Satorras Fioretti, Rosa Maria.** *Responsabilidad social corporativa: la nueva conciencia de las empresas y entidades.* J.M. Bosch. Barcelona, 2008.

**Valor Martínez, Carmen y Hurtado Ocaña, Inmaculada.** *Las empresas españolas y la responsabilidad social corporativa.* La Catarata. Madrid, 2009.

**Velasco G.** *Responsabilidad social corporativa: aspectos jurídico-económicos.* Universitat Jaume I. Castellón de la Plana, 2004.

**Velasco Osmá, José Ramón.** *Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental.* Dykinson, S.L. Madrid, 2006.

**VVAA.** *Mitos y realidades de la responsabilidad social corporativa en España.* Civitas Ediciones S.L. Madrid, 2006.

**Campanero i Sala, Mar.** *Les empreses i la RSC.* Ajuntament de Barcelona. 45 páginas.

**VVAA.** *Responsabilitat Social Corporativa.* Editorial Accid. Barcelona, 2008.

**Crane, Andrew.** *Corporate Social Responsibility: readings and cases in a global context.* Routledge, 2008.

**Frederick, William C.** *Corporation be good. The story of corporate social responsibility.* Dog Ear Publishing, 2006.

Otros Recursos

Se proporcionará al comienzo del curso