

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA		
Identificador:	31501		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2013 (BOE 10/07/2013)		
Módulo:	GESTIÓN DE PÚBLICOS		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	3	Horas totales:	75
Actividades Presenciales:	36	Trabajo Autónomo:	39
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

La materia se centra en tratar uno de los tópicos que va adquiriendo cada vez una mayor importancia estratégica en el seno de empresas e instituciones de toda índole: la Responsabilidad Social Corporativa.

La asignatura se encarga de dar al alumno los fundamentos para comprender la naturaleza y la filosofía de la responsabilidad social desde un prisma organizacional, así como para diseñar y poner en marcha programas de Responsabilidad Social Corporativa.

Con este objetivo, el programa está diseñado para revisar inicialmente los aspectos teóricos asociados a esta disciplina así como su evolución, a continuación se tratan los aspectos esenciales que permiten desarrollar iniciativas de responsabilidad social en las organizaciones integradas en plan de actuación, en un cuarto bloque se abordan los diferentes marcos que inciden en el desarrollo de este tipo de iniciativas y, finalmente, se repasa el protagonismo actual de Responsabilidad Social Corporativa en el espacio geográfico español.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G05	Trabajo en equipo.
	G07	Compromiso ético.
Competencias Específicas de la titulación	E01	Capacidad y habilidad para ejercer como profesionales que se encargan de las políticas empresariales de comunicación comercial y de RRPP.
	E02	Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
	E03	Capacidad y habilidad para establecer el plan de comunicación: fijar los objetivos de comunicación, definir el público objetivo, plantear las estrategias y controlar el presupuesto de comunicación.
	E04	Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
	E05	Capacidad relacional y de indagación para establecer una interacción fluida y competente entre el anunciante y la agencia, analizando las características funcionales de la campaña y el desarrollo operativo de la misma.
	E11	Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos intangibles (identidad, personalidad e imagen corporativa) de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.
	E14	Capacidad para asumir el liderazgo y el reto empresarial y emprendedor en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
	E20	Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos compatibles e incluso sinérgicos.
	E26	Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, consenso, autonomía,

		empatía y autocrítica.
	E27	Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva, tanto de manera escrita como oral.
	E28	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en sus diferentes ámbitos de actividad.
Resultados de Aprendizaje	R01	Aproximarse con juicio crítico y fundamentado para analizar el grado de compromiso de los diferentes entes empresariales.
	R02	Entender los diferentes ámbitos en los que se desarrollan las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.
	R03	Conocer las aproximaciones teóricas que sustentan la Responsabilidad Social como criterio de gestión imprescindible.
	R04	Manejar herramientas conceptuales y procedimentales para plantear estrategias de Responsabilidad Social.
	R05	Diseñar e implantar planes, programas y sistemas empresariales de Responsabilidad Social.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Contenidos de la materia:

1 - Delimitación conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa
1.1 - Concepto de Responsabilidad Social Corporativa
1.2 - Rasgos asociados al concepto de Responsabilidad Social Corporativa
1.3 - Otros conceptos cercanos a la Responsabilidad Social Corporativa
2 - Historia de la Responsabilidad Social Corporativa
2.1 - Origen de la Responsabilidad Social Corporativa
2.2 - Evolución de la Responsabilidad Social Corporativa
2.3 - Relevancia actual de la Responsabilidad Social Corporativa
3 - Aplicación de la Responsabilidad Social Corporativa
3.1 - Análisis preliminar
3.2 - Concreción de la orientación socialmente responsable
3.3 - Definición de los grupos de interés
3.4 - Planificación de iniciativas
3.5 - Ejecución
3.6 - Auditoría interna
4 - Regulación de la Responsabilidad Social Corporativa
4.1 - Informes
4.2 - Acuerdos de estandarización
4.3 - Códigos de conducta
4.4 - Leyes
5 - La Responsabilidad Social Corporativa en España
5.1 - Estado de la Responsabilidad Social Corporativa en España
5.2 - Regulación de la Responsabilidad Social Corporativa en España

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

Las metodologías previstas para abordar el contenido de la materia son las siguientes:

- **Preguntas de indagación:** realización de preguntas directas para despertar y dirigir la actividad reflexiva de los

alumnos hacia cuestiones asociadas a la responsabilidad social.

- **Exposición didáctica:** presentaciones orales, reforzadas con material de apoyo, para presentar aspectos teóricos relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa.
- **Coloquios:** conversaciones grupales para verificar la correcta comprensión de aspectos fundamentales asociados a la responsabilidad social.
- **Estudio de casos:** análisis de casos prácticos para facilitar la comprensión y aplicación de aspectos clave asociados a la Responsabilidad Social Corporativa.
- **Trabajo en equipo:** formación de grupos de trabajo para abordar cuestiones vinculadas con la responsabilidad social.
- **Trabajo individual:** desarrollo de tareas de investigación, reflexión y aplicación práctica para facilitar la asimilación de la visión propuesta por la Responsabilidad Social Corporativa.
- **Tutorías:** sesiones privadas para tratar cuestiones académicas relacionadas con la materia Responsabilidad Social Corporativa.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	15
	Otras actividades teóricas	7
	Casos prácticos	2
	Debates	2
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	3
	Proyección de películas, documentales etc.	1
	Talleres	2
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	1
	Actividades de evaluación	2
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	1
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	1
	Estudio individual	12
	Preparación de trabajos individuales	7
	Preparación de trabajos en equipo	12
	Lectura libre	6
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	1
Horas totales:		75

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	25 %
Trabajos en equipo:	35 %
Prueba final:	40 %
TOTAL	100 %

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

NAVARRO, Fernando. Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: ESIC, 2008.



MARÍN, Francisco. Responsabilidad Social Corporativa y comunicación. Madrid: Fragua, 2008.

Bibliografía recomendada:

FONTRDONA, Joan. El corazón de las empresas. Madrid: ESIC, 2007.
MORRÓS, Jordi y VIDAL, Isabel. Responsabilidad Social Corporativa. Madrid: FC Editorial, 2005.
GALINDO, Ángel y FERNÁNDEZ, Beatriz. Responsabilidad Social Corporativa y Medios de Comunicación Social. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 2007.
BLANCO-SÁNCHEZ, C. (coord.). Planificación estratégica: Madrid: Universitas, 2011
PERDIGUERO, Tomás y GARCÍA, Andrés. La Responsabilidad Social Corporativa y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial. Valencia: PUV, 2005.
ROSANIGO, Zulema Beatriz (coord.); ÁLVAREZ, Mabel (coord.); GALLEGO, Domingo J. (coord.) y CELA, Karina (coord.). TIC y web 2.0 para la inclusión social y el desarrollo sostenible. Madrid: Dykinson, 2015.
VALOR, Carmen (coord.) Relaciones con la sociedad. La Coruña: Netbiblos, 2010.
PES, Ángel. Emprender con responsabilidad. Madrid: LID, 2012.
GARRIGUES y AENOR. Principios, prácticas y beneficios de la responsabilidad social. Madrid: AENOR, 2012.

Páginas web recomendadas:

Publicitarios Implicados	http://www.implicados.org/
Global Reporting Initiative	https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx
Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact)	http://www.pactomundial.org/
Forética	http://www.foretica.org/

* Guía Docente sujeta a modificaciones