



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA		
Materia	Sociología		
Módulo	Entorno socioeconómico de la empresa		
Titulación	459 Grado en Administración y Dirección de Empresas		
Plan	459	Código	42982
Periodo de impartición	8º Semestre	Tipo/Carácter	OP (Optativa)
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesor/es responsable/s	Ángel Carrasco Campos, Javier Sánchez Galán		
Departamento(s)	SOCIOLOGÍA Y TRABAJO SOCIAL		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	angel.carrasco.campos@uva.es ; javiorsg@soc.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

El debate sobre la responsabilidad social de las empresas está cada vez más presente en distintos ámbitos del mundo económico, social, político y académico y en las últimas décadas se han llevado a cabo importantes iniciativas públicas, empresariales y sociales en este campo. Entre estas iniciativas se encuentran distintos tipos de instrumentos de comunicación y difusión desarrollados por los diferentes actores económicos, sociales e institucionales, pero también y fundamentalmente la adecuación de las empresas para afrontar los retos que la globalización económica y la mundialización de los procesos empresariales han ido adquiriendo.

1.2 Relación con otras materias

1.3 Prerrequisitos

No existen prerrequisitos específicos





2. Competencias

2.1 Generales

- G1. Tener la capacidad de reunir e interpretar datos e información relevante desde el punto de vista económico-empresarial para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas de índole social, científica o ética.
- G2. Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales, a públicos especializados y no especializados de forma, ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades y siguiendo una secuencia lógica.
- G3. Ser capaz de pensar y actuar según principios de carácter universal que se basan en el valor de la persona y se dirigen a su pleno desarrollo, a la vez que respetar los derechos fundamentales y de igualdad entre mujeres y hombres, los derechos humanos, los valores de una cultura de paz y democráticos, así como los principios medioambientales, de responsabilidad social y de cooperación al desarrollo que promuevan un compromiso ético en una sociedad global, intercultural, libre y justa.

2.2 Específicas

- E1. Comprender los elementos fundamentales del entorno socioeconómico nacional e internacional y del devenir histórico en el que las empresas desarrollan su actividad, así como su incidencia en las diversas áreas funcionales de la empresa.
- E2. Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.
- E3. Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.



3. Objetivos

Entender el contexto socio-cultural en el que surge el concepto y las políticas de responsabilidad social corporativa e institucional.

Analizar críticamente el alcance de la responsabilidad social corporativa, utilizando las aportaciones de las distintas disciplinas y perspectivas teóricas que estudian la situación de la economía y la empresa en las sociedades contemporáneas.

Discernir el papel de los distintos actores implicados en el desarrollo de políticas de responsabilidad social de la empresa.

Conocer los distintos ámbitos en los que se implementan las políticas de responsabilidad social de la empresa, y los sistemas de evaluación y certificación puestos en marcha hasta el momento.

Utilizar algunas de las principales fuentes de información bibliográfica, estadística y documental sobre la responsabilidad social de la empresa.

Valorar las diversas prácticas de responsabilidad social corporativa existentes, para aprovechar la transferencia de conocimientos.

Estudiar los distintos instrumentos de publicidad y comunicación puestos en marcha por las compañías con el fin de difundir sus políticas socialmente responsables.

Estudiar la posición y las iniciativas de los distintos grupos de interés de las empresas en el ámbito de la RSC.

Conocer los distintos instrumentos de difusión y comunicación de los grupos de interés en torno a la RSC.

Analizar las iniciativas implementadas por las instituciones públicas y las universidades en el marco de la responsabilidad social institucional.



4. Contenidos y/o bloques temáticos

a. Contextualización y justificación

Ver punto 1.1 de la presente guía

b. Objetivos de aprendizaje

Ver punto 3 de la presente guía

c. Contenidos

1. CONCEPTOS PREVIOS A LA RSC: SOSTENIBILIDAD Y ÉTICA EN LA EMPRESA
La sostenibilidad: un nuevo paradigma económico, social y empresarial – ética y empresa
2. INTRODUCCIÓN A LA RSC
Contexto para la RSC: la globalización – definiciones, enfoques y teorías en la RSC – Iniciativas internacionales y en España sobre la aplicación de la RSC
3. DIMENSIONES, ÁMBITOS DE ACCIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS EN LA RSC
Grupos de interés o stakeholders – Derechos Humanos y empresa – Los empleados y la RSC – La colaboración de la empresa con la comunidad – La gestión responsable de la cadena de suministros
4. HERRAMIENTAS DE GESTIÓN DE LA RSC
Normas y estándares en RSC – Evolución, verificación y certificación de la RSC
5. RSC EN ESPAÑA. LA RSC EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA
La evolución de la RSC en España – La RSC en la pequeña y mediana empresas

d. Métodos docentes

La docencia presencial de la asignatura podrá quedar dividida en diferentes sesiones (teoría, prácticas, trabajo en grupo...) según se defina en la guía docente de la asignatura. El campus virtual de la asignatura servirá de elemento de comunicación virtual entre profesorado y alumnado

e. Plan de trabajo

El trabajo durante las sesiones presenciales combinará la exposición de los conceptos e ideas fundamentales de cada uno de los temas, con el comentario colectivo de diferentes materiales (textos clásicos, artículos científicos, informes o datos institucionales, material audiovisual, etc.).

El trabajo no presencial de la asignatura requerirá la preparación de los materiales teóricos y, eventualmente, la realización de ejercicios breves y/o trabajos tutelados (según disponga el/la profesor/a).

Si fuera preciso, y cuando lo fuera, el/la profesor/a indicará y facilitará aquellos materiales que pudieran utilizarse en actividades presenciales, de acuerdo con las necesidades de cada sesión. Se recomienda a los estudiantes la consulta del campus virtual con regularidad.

Se recomienda el seguimiento presencial de la asignatura tanto para una mejor comprensión de los elementos teóricos de la asignatura, como para la elaboración de las actividades prácticas (cuyas pautas serán explicadas en las sesiones presenciales). Asimismo, se recomienda el seguimiento habitual del campus virtual de la asignatura.



f. Evaluación

La evaluación de la asignatura quedará dividida, a partes iguales, en teoría y prácticas para cada una de las convocatorias.

Se establecerá una modalidad de evaluación continua mediante trabajos y ejercicios a realizar durante el curso.

Como alternativa se ofrecerá una evaluación final mediante examen.

g. Bibliografía básica

- Aparicio, J. y Valdés, B. (2011), *La Responsabilidad Social de las Empresas en España: concepto, actores e instrumentos*, Albacete, Editorial Bomarzo.
- Araque, R (2002). Una aportación al debate sobre el Libro Verde de la Responsabilidad Social de la Empresa. *Revista de Fomento Social*, 228, pp.595-628.
- Araque, R (2004). Factores condicionantes de la responsabilidad social de la empresa. *Revista de Fomento Social*, 235, pp. 553-592.
- Araque, R. y Montero, M.J. (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona: Icaria.
- BELTRÁN, Esteban (2009). *Derechos torcidos. Tópicos, medias verdades y mentiras sobre pobreza, política y derechos humanos*. Barcelona, DEBATE (Cap. 9: pp. 197-220)
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Santiago de Chile: Libros de la empresa.
- Comisión Europea (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- Giddens, A. (2002) "Un mundo en Cambio", en *Sociología*. Alianza Editorial. (4º Edición), pp. 83-118.
- Grunig, J. E. et. al (1995). Models of public relations in an international setting. *Journal of Public Relations Research*, 7, pp. 163-183.
- Hernández Zubizarreta (2009), *Las empresas transnacionales frente a los derechos humanos: Historia de una asimetría normativa. De la responsabilidad social corporativa a las redes contrahegemónicas transnacionales*". Bilbao, Hegoa.
- Jiménez Fernández, J.C. (2007), *La Responsabilidad Social de las Empresas. Cómo entenderla, cómo afrontarla. Una perspectiva sindical*, Albacete, Ediciones Altaban.
- Klein, N. (2001), *No Logo. El poder de las marcas*, Buenos Aires, Paidós.
- Maira Vidal, M.M. (2015): *La dimensión internacional de la Responsabilidad Social Empresarial. Actores y disputas en el contexto de la economía neoliberal globalizada*, Albacete, Editorial Bomarzo.
- Maira Vidal, M.M. (2010): "La responsabilidad social de las empresas transnacionales con sede central en España: ¿neopaternalismo industrial o globalización de derechos? en la *Revista Sociología del Trabajo*, nº 69, Verano/2010, pp. 95-119.
- Maira Vidal, (2009) "Qué es la responsabilidad social empresarial". *Revista Investigación y Marketing de Aedemo (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión)*, nº 104, Septiembre/09, pp.36-50.
- Moreno, A. y Capriotti, P. (2006). La comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. *Zer*, 21, pp. 47-62.
- Moreno, A. (2011). El control y la evaluación de la responsabilidad social corporativa: una oportunidad para el desarrollo sostenible. En Saperas, E. (coord.). *Estudios de comunicación y medios*. Madrid: Dykinson.



Torre, I. de la (2009): Fundamentos de la responsabilidad social de la empresa. Revista de la Responsabilidad Social de la Empresa, no 1.

h. Bibliografía complementaria

i. Recursos necesarios

Acceso al campus virtual de la asignatura

j. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
BLOQUE 1 (incluye presentación)	1,2	3 semanas
BLOQUE 2	1,2	3 semanas
BLOQUE 3	2	5 semanas
BLOQUE 4	0,8	2 semanas
BLOQUE 5	0,8	2 semanas

NOTA: el/la profesor/a podrá adaptar esta propuesta de temporalización conforme al particular desarrollo del curso

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- Exposiciones de los temas por parte del profesor/a y comentario conjunto con los alumnos.
- Actividades de presentación, lectura/visionado y discusión de textos, videos, y distinto material audiovisual sobre se realizará trabajo colectivo (alumnos-profesor) durante las horas de clase, como complemento y refuerzo a la exposición del profesor/a.
- Realización de ejercicios sobre los contenidos de la asignatura.
- Orientación, guía y tutela de trabajos individuales y en grupo.
- El campus virtual será una herramienta fundamental de comunicación alumno-profesor, sobre todo para la facilitación de materiales y la entrega de trabajos y ejercicios.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas	60	Estudio y trabajo autónomo individual	50
		Estudio y trabajo autónomo grupal	40
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Ejercicios y trabajos durante el curso	100%	Evaluación continua (Convocatoria ordinaria)
Examen final	100%	Evaluación final (Convocatoria ordinaria)
Examen final	100%	Convocatoria extraordinaria

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.

8. Consideraciones finales