

**Guía docente de la asignatura**

Asignatura	RESPONSABILIDAD SOCIAL Y GOBIERNO DE LA EMPRESA		
Materia	FINANZAS		
Módulo			
Titulación	MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Plan	467	Código	45645
Periodo de impartición	2º SEMESTRE	Tipo/Carácter	OP
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	4º
Créditos ECTS	6 ECTS		
Lengua en que se imparte	CASTELLANO		
Profesor/es responsable/s	Grupo único: José Miguel Rodríguez Fernández Luis Fernando Ordoñez Melgosa		
Datos de contacto (E-mail, teléfono y despacho)	José Miguel Rodríguez Fernández: 983-423950; jmrodrig@eco.uva.es . Despacho 117 de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales Luis Fernando Ordoñez Melgosa: luisfernando.ordonez@uva.es Sala 130 de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales		
Horario de tutorías	Consultar los horarios en la web de la Facultad de CC. EE. y Empresariales: http://www.eco.uva.es/tutorias		
Departamento	ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura intenta abordar con rigor dos materias muy de actualidad e interrelacionadas, la responsabilidad social y el gobierno de la empresa. En consecuencia, se va más allá de una exposición puramente descriptiva y limitada al discurso habitual presente en los medios de comunicación, o en las declaraciones de los consabidos líderes de opinión promotores de "modas" para fomentar una buena imagen comercial y potenciar la reputación de las compañías. El propósito es perfilar unos fundamentos sólidos para entender el núcleo conceptual, el contenido básico y de desarrollo de esas materias en una organización. Y hacerlo desde un enfoque en gran medida derivado del propio análisis económico y la teoría del *management*. Así la asignatura será más útil a largo plazo para la trayectoria profesional de un economista de empresa, a la vez que puede proporcionar unas mejores pautas de reflexión crítica para cualquier ciudadano.

A estos efectos, tanto la responsabilidad social como el gobierno corporativo se sitúan dentro de un esquema previo y clave: el modelo de empresa. A partir de ahí, se subrayan las relaciones entre uno y otro concepto, siempre con un análisis que pretende aportar un conocimiento a fondo de: (a) los argumentos que pueden fundamentar dar pasos hacia un modelo de empresa más participativo en la adopción de decisiones, así como orientado en mayor medida hacia la creación de valor a favor de todas las partes comprometidas e interesadas en la buena marcha de una compañía (*stakeholders*); (b) la situación actual realmente observada en estos asuntos.

En consecuencia, se insiste en resaltar las diferencias entre lo que podría ser una responsabilidad social corporativa avanzada o intrínseca y la responsabilidad social más bien de perfil sólo instrumental o "estratégica", que hoy todavía tanto abunda—ésta en ocasiones incluso aún se reduce más en su alcance de manera que queda circunscrita a simple filantropía o acción social empresarial—. Sobre esa base, después es más fácil presentar y entender mejor el verdadero alcance y utilidad de los temas habituales en este tipo de asignatura y que aquí también se aborda: por ejemplo, cuáles son los principales documentos de principios o códigos publicados al respecto, qué modelos se han propuesto para los correspondientes sistemas de gestión o qué instrumentos de evaluación y *reporting* son los más utilizados en la práctica. Y también es entonces más sencillo ir aplicando luego todo ello a las distintas áreas de la empresa (dirección estratégica, dirección comercial, dirección financiera, dirección de recursos humanos, etc.), así como a campos de actuación profesional hoy de indudable interés: gestión de inversiones financieras socialmente responsables, microcréditos, comercio justo, consumo responsable, sostenibilidad medioambiental, acción social empresarial, negocios inclusivos o en la base de la pirámide, emprendedores sociales, organizaciones no gubernamentales para el desarrollo, el problema de los paraísos fiscales,...

1.2 Relación con otras materias

De acuerdo con la conocida clasificación de materias del *Journal of Economic Literature* (JEL), el gobierno corporativo forma parte de las preocupaciones habituales de la Economía Financiera, mientras que la responsabilidad social queda incluida en el campo general de la Administración de Empresas. Además, la pertinente evaluación y el *reporting* al respecto cabe relacionarlos con lo que dicha clasificación denomina



Contabilidad Social y Contabilidad Medioambiental, sin olvidar que la responsabilidad social enlaza con la Sostenibilidad, otro *ítem* en la relación de materias propuestas en el JEL.

Dicho de otro modo, y como resulta evidente, constituye un campo de conocimientos teóricos y prácticos que es transversal a toda esta titulación, hasta desembocar en una visión del conjunto de la actividad empresarial pero desde una perspectiva distinta a la tradicional. De hecho, incluso existe un buen engarce con asignaturas de métodos cuantitativos, pues las mismas pueden ser de gran utilidad para desarrollar análisis empíricos en materia de responsabilidad social de la empresa y gobierno corporativo. En último término, cabe destacar la posibilidad de efectuar Trabajos Fin de Grado en estas materias con ayuda precisamente de dichos métodos cuantitativos, gracias a las informaciones disponibles al respecto en bases de datos comercializadas o en fuentes de libre acceso.

La utilidad final de esta asignatura queda reflejada hoy en la gran importancia que los consejos de administración y la alta dirección de las empresas otorgan a estos temas, junto con la mucha atención mediática de que gozan los mismos, o la multiplicación de firmas de consultoría dentro de lo que ya alguien ha denominado la "industria" de la responsabilidad social y el buen gobierno de la empresa.

1.3 Prerrequisitos

No existe prerrequisito alguno para esta asignatura.

2. Competencias

2.1 Generales

Generales: G3, G5, G6.

- G3. Tener la capacidad de reunir e interpretar noticias, datos e informaciones relevantes a efectos de interpretar la evolución de los mercados de bienes y servicios y formular una estrategia de marketing, estando en disposición de emitir juicios que incluyan una reflexión desde un punto de vista social, científico o ético.
- G5. Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permiten emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y aprovechamiento.
- G6. 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 democráticos y de una cultura de paz, así como los principios de respeto al medio ambiente, responsabilidad social y cooperación al desarrollo, en el marco de un compromiso ético en pro de una sociedad global, intercultural, libre y justa..

2.2 Específicas y Transversales

Específicas: E1, E2, E5, E9, E10.

- E1. Entender las bases teóricas, tanto de la economía general como de la economía y estrategia empresarial, la formación de los precios y la naturaleza de los hechos económicos, el proceso de dirección y las áreas funcionales de la empresa, a la vez que manejar los métodos cuantitativos esenciales y dominar los fundamentos sociales, históricos y jurídicos de la actividad económica y la dirección de marketing.
- E2. Conocer las grandes coordenadas del entorno socioeconómico, tecnológico, cultural e institucional español, europeo e internacional en un marco de globalización e integración, así como las principales



políticas macroeconómicas y sectoriales aplicadas por las autoridades públicas, en paralelo con su trayectoria histórica e impacto sobre las relaciones comerciales y financieras mundiales, la evolución de la coyuntura, el comportamiento psico-social de la clientela, las decisiones de compra, el comercio exterior, la reorientación del marketing y la responsabilidad social de la empresa.

- E5. Conocer las políticas aplicables y la cartera de modelos o técnicas relacionadas con el marketing analítico y estratégico, incluyendo la investigación de mercados mediante herramientas cualitativas y/o cuantitativas, el desarrollo de productos, la fijación de precios, la comunicación, la distribución, la expansión internacional, la respuesta competitiva y la innovación, en el marco de una eficaz gestión de equipos y una economía y estrategia empresarial basada en criterios éticos y de responsabilidad social.
- E9. Aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en el campo del marketing analítico y estratégico, así como las correspondientes técnicas y herramientas prácticas, utilizando, en su caso, Internet u otros recursos electrónicos y los métodos pertinentes, sean matemáticos, estadísticos, econométricos o cualitativos.
- E10. Investigar e interpretar los comportamientos de compra, la evolución de los mercados de bienes y servicios, la estructura de los sectores económicos y las estrategias empresariales generales y de marketing, en conexión con el entorno social, tecnológico, cultural, jurídico e institucional en el que se desarrollan y teniendo en cuenta su vertiente histórica, ética y de responsabilidad social.

Transversales: T1, T2, T3, T4, T5, T6, T7, T8.

- T1. Capacidad para comunicarse de forma fluida en castellano, tanto de modo oral como escrito.
- T2. Capacidad para leer, comprender y redactar textos en inglés y, en su caso, otros idiomas extranjeros.
- T3. Alcanzar las habilidades propias del manejo básico de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs).
- T4. Demostrar capacidad para el trabajo en equipo, exhibiendo habilidades para coordinar personas, organizar tareas y alcanzar objetivos, a la vez que sabiendo aceptar o refutar razonada y sólidamente los argumentos de los demás, para contribuir con profesionalidad al buen funcionamiento organizativo del grupo y al desarrollo humano de sus miembros.
- T5. Aprender a administrar de forma eficiente el tiempo, tanto en el trabajo individual como en las tareas en grupo, así como planificar, organizar y utilizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para liderar procesos, adoptar decisiones y, en su caso, afrontar dificultades.
- T6. Ser capaz de adoptar una perspectiva interdisciplinar e integradora de conocimientos, a la vez que formular juicios de forma autónoma y teniendo en cuenta sus vertientes éticas, sociales, económicas y comerciales.
- T7. Demostrar capacidad analítica e intelectual, competencia en el manejo de responsabilidades y habilidad para trabajar con una supervisión mínima, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.
- T8. Adquirir un compromiso ético y un sentido de la responsabilidad personal, organizacional y social en el desempeño profesional en el ámbito de trabajo.

3. Objetivos

- Conocer los diferentes modelos de empresa y su gobierno, en el marco de los tipos de economía.
- Comprender la relación entre el modelo pluralista de empresa y la responsabilidad social de la misma.
- Entender los ejes de los diversos modelos de responsabilidad social empresarial.
- Ser capaces de argumentar sólidamente las razones éticas, sociopolíticas y económicas para adoptar un modelo avanzado de empresa responsable.
- Saber aplicar unos principios básicos para diseñar dicho modelo.
- Identificar mecanismos institucionales para favorecer la participación efectiva de las partes interesadas en el gobierno corporativo ampliado o global.
- Manejar las principales herramientas de gestión de la responsabilidad social empresarial.
- Saber evaluar los resultados empresariales (económicos, sociales, medioambientales) y la creación de valor para las partes interesadas.
- Interpretar los indicadores de responsabilidad social y aprender a elaborar memorias según estándares en la materia.
- Adquirir un sentido de la responsabilidad personal y empresarial en el marco de un compromiso activo con el conjunto de la sociedad.

4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

Actividades presenciales	Créditos	Horas	Actividades no presenciales	Créditos	Horas
Clases teóricas (E1, E2, E5, E9, T4, T7, T8)	1,44	36	Estudio autónomo individual o en grupo (G6, E1, E2, E5, T1, T2, T4, T6, T7, T8)	1,60	40
Clases prácticas (G3, E2, E9, T3, T4, T5, T7, T8)	0,80	20	Elaboración de trabajos teóricos y/o prácticos (G3, G5, E1, E2, E5, E7, E10, T1, T2, T4, T5, T6, T7, T8)	1,60	40
Sesiones de evaluación (E1, E2, E5, E9, T1, T4)	0,16	4	Documentación: consultas bibliográficas, bases de datos, Internet, etc. (G5, E10, T3)	0,40	10
Total presencial	2,40	60	Total no presencial	3,60	90

5. Bloques temáticos

1. Modelos de economía y de empresa: esquema general

Objetivo: Conocer los diferentes modelos de empresa y su gobierno, en el marco de los tipos de economía.

Contenido:

- Introducción: una mirada a las encuestas.
- Responsabilidad social corporativa o empresarial (RSC/ RSE) y gobierno de la empresa: definiciones
- RSC y gobierno de la empresa: relaciones y trayectorias.
- Arquetipos de economía.
- Modelos de empresa y de su gobierno corporativo.
- Tipología de la RSC.

2. El modelo financiero de empresa: análisis.

Objetivo: Adquirir un sentido de la responsabilidad personal y empresarial en el marco de un compromiso activo con el conjunto de la sociedad.

Contenido:

- Enfoque financiero, accionarial o principal-agente estándar: estudio crítico.
 - *Propiedad, mercados y naturaleza de la empresa.*
 - *Objetivo de creación de valor: cálculo e interpretación.*
 - *Factores impulsores, disfunciones del modelo y pautas de actuación.*
- Redefinición estratégica de los negocios
 - *Orientaciones.*
 - *Consecuencias y efectos.*
- “El buen gobierno de la empresa”
 - *Mecanismos.*
 - *Consecuencias y efectos.*
 - *El gobierno corporativo en las empresas del índice bursátil Ibex-35.*



3. Responsabilidad social de la empresa: el enfoque instrumental

Objetivo: Entender los ejes de los diversos modelos de responsabilidad social empresarial.

Contenido:

- El nuevo entorno económico.
- Evolución terminológica y diferentes clasificaciones de la RSC.
- Visiones conceptuales y etapas observadas a lo largo del tiempo.
- La RSC instrumental: análisis.
 - *Razones de su difusión.*
 - *Relación con la estrategia empresarial.*
 - *Estudios empíricos sobre sus resultados.*
 - *Reflexión crítica.*

4. Áreas de la empresa y gestión de la responsabilidad social.

Objetivo: Manejar las principales herramientas de gestión de la responsabilidad social empresarial.

Contenido:

- Tipología de las herramientas en RSC y códigos de conducta:
 - *Principios.*
 - *Sistemas de gestión.*
 - *Directrices de reporting y evaluación.*
 - *Guías de RSE para PYMES.*
- RSC y recursos humanos.
- RSC y marketing.
- Consumo responsable y comercio justo.
- RSC y sostenibilidad medioambiental.
- Acción social empresarial, negocios inclusivos y emprendedores sociales.
- RSC y finanzas responsables.
- Inversión socialmente responsable, banca ética y microfinanzas.
- Empresas multinacionales, desarrollo del Sur y paraísos fiscales.
- La estrategia gubernamental española sobre RSC.

5. Modelo pluralista de empresa y responsabilidad social avanzada.

Objetivo: Ser capaces de argumentar sólidamente las razones éticas, sociopolíticas y económicas para adoptar un modelo avanzado de empresa responsable.

Contenido:

- Del modelo financiero al enfoque pluralista o *stakeholder*.
- Fundamentos éticos y sociopolíticos.



- Argumentos desde el análisis económico y la teoría del *management*.
 - *El nexo de inversiones específicas y complementarias.*
 - *Riesgos no diversificables (específicos) asumidos por los diversos partícipes.*
 - *Contratos implícitos y capital social o relacional.*
 - *La empresa, una web de conocimientos.*
 - *Los efectos externos.*
 - *Conclusiones generales.*

- Integración de elementos, fases en la RSC avanzada y los pilares del desarrollo sostenible en la UE.

6. **Gobierno corporativo global o ampliado: principios, estructuras y procedimientos institucionales.**

Objetivo: Saber aplicar unos principios básicos para diseñar un modelo avanzado de empresa responsable e identificar mecanismos institucionales para favorecer la participación efectiva de las partes interesadas en el gobierno corporativo ampliado o global.

Contenido:

- Principios básicos, reforma del Derecho de Sociedades y ética empresarial.
- Los principios básicos desde el análisis económico.
- Los *stakeholders* relevantes.
- Escala de compromiso y estructuras de gobierno.
- El consejo de administración y la RSC.

7. **Evaluación de resultados y creación de valor para los stakeholders: una perspectiva multidimensional.**

Objetivo: Saber evaluar los resultados empresariales (económicos, sociales, medioambientales) y la creación de valor para las partes interesadas.

Contenido:

- Rentas y cuasi-rentas económicas: ¿creación o apropiación?
- El problema de la valoración: propuestas efectuadas y métodos básicos.
- Valoración en términos monetarios: esquema general y procedimientos.
- Proyecto SROI.
- Evaluación mediante indicadores e índices sintéticos.
- Reflexión crítica final.

8. **Información y verificación: memorias de sostenibilidad o responsabilidad social.**

Objetivo: Interpretar los indicadores de responsabilidad social y aprender a elaborar memorias según estándares en la materia.

Contenido:

- El *reporting* de la RSC.
- La Global Reporting Initiative.
- Los informes empresariales integrados.



- Informes independientes de observatorios, agencias de calificación e instituciones.
- Índices bursátiles de RSC o sostenibilidad.
- El fondo de la cuestión.

6. Métodos docentes

- Clase magistral participativa para exposición de la teoría (36 h.).
- Clase práctica en el aula para el análisis de documentación y discusión de casos (20 h.)
- Tutoría individual o de grupo.
- Elaboración de trabajos y recursos en forma de presentaciones Power Point, videos, páginas web, plataforma de enseñanza virtual, etc.
- Conferencias de profesionales o profesores invitados.

7. Plan de trabajo

- En las clases teóricas en el aula se expondrán los contenidos básicos de los temas. Se ilustrarán y debatirán los conceptos y los contenidos fundamentales a partir informaciones y documentos disponibles en Internet.
- En las clases prácticas se analizarán documentos, informaciones, videos y datos disponibles en Internet y se discutirán casos concretos.

9. Recursos necesarios

- Aula con ordenador, pantalla, cañón de proyección y conexión a Internet.
- Presentación Power Point de los contenidos de los temas a disposición de los alumnos en archivo pdf.
- Proyección de videos.
- Búsqueda y exploración de datos en Internet.
- Actividades disponibles en el campus virtual de la UVa y búsqueda de documentación al respecto en Internet.

10. Temporalización curso académico

SEMANA	BLOQUE TEMÁTICO
1	1
2	1
3	2
4	2
5	2
6	3
7	3
8	4
9	4
10	4
11	5
12	5
13	6
14	7
15	8

**11. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación**

En la **convocatoria ordinaria**, la calificación final total será el resultado de evaluar sobre la base de 10 puntos máximos lo que sigue, de acuerdo con los criterios de ponderación que se señalan:

Procedimientos	Peso en la calificación final
Pruebas breves, resolución de casos prácticos y/o resumen de lecturas (individualmente o en grupo, según lo que se comunique para cada actividad)	15 %
Realización de una presentación elaborada en grupo	20 %
Entrega de un trabajo monográfico elaborado en grupo	25 %
Prueba final escrita de carácter individual	40 %
Total	100 %

En la **convocatoria extraordinaria** del mismo curso académico, se aplicará el esquema de calificación arriba establecido para la convocatoria ordinaria, si bien con el desglose entre actividades recuperables y no recuperables que se especifica a continuación:

Procedimientos de evaluación no recuperables	Peso en la calificación final
Pruebas breves, resolución de casos prácticos y/o resumen de lecturas (individualmente o en grupo, según lo que se comunique para cada actividad)	15 %
Realización de una presentación elaborada en grupo	20 %
Entrega de un trabajo monográfico elaborado en grupo	25 %
Procedimientos de evaluación recuperables	Peso en la calificación final
Prueba final escrita de carácter individual	40 %
Total	100 %

Para superar la asignatura, la calificación final total ha de llegar a un mínimo de 5 puntos sobre 10.

Requisitos y observaciones importantes:

Salvo situaciones especiales debida y previamente justificadas (por ejemplo, realización de prácticas del Grado durante el horario de la asignatura, coincidencia parcial de horario con otra asignatura), el cómputo del trabajo monográfico, de la presentación y de la resolución de casos prácticos requerirá la continuidad en la asistencia a los diversos tipos de clase y a las conferencias de profesionales o profesores invitados que se organicen, requisito que se acreditará mediante la presencia en el aula en el 75% de las verificaciones aleatorias que se realicen al respecto. En la hipótesis de no satisfacer dicho requisito, se entenderá que se ha optado por abandonar el sistema de evaluación continua, de modo que la prueba final escrita será de carácter global especial y tendrá un peso del 100% en la calificación final total, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria. A estos efectos, se recuerda que también son clases las horas dedicadas a realizar las presentaciones en el aula.

En las presentaciones se valorará tanto el contenido general como la calidad y forma de la exposición individual realizada, en la cual han de intervenir cada uno de los miembros del correspondiente grupo. Se debe entregar la presentación en formato Power Point y una versión escrita del texto de la exposición. Las características precisas de la presentación, del trabajo monográfico y de la prueba final escrita se detallarán en el aula al comenzar las clases. En la exposición y el trabajo monográfico debe especificarse la respectiva aportación de cada miembro del grupo, la cual se tendrá en cuenta a efectos de la evaluación personal.

El plagio u otras actuaciones fraudulentas en la realización de cualquier actividad implicarán la aplicación de lo previsto al respecto en la normativa académica.



12. Profesorado, Calendario, Horarios y Aulas

Profesor	Teléfono	Correo Electrónico	Despacho
José Miguel Rodríguez Fernández	983-423950	jmrodrig@eco.uva.es	117 Facultad de CC. Económicas y Empresariales
Luis Fernando Ordoñez Melgosa		luisfernando.ordonez@uva.es	130 Facultad de CC. Económicas y Empresariales

El **calendario académico de la UVa**, el **calendario de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales** y el **horario y el aula** donde se imparte la asignatura se pueden consultar en:

<http://www.eco.uva.es/horarios>

El **calendario de exámenes** de la asignatura está disponible en el vínculo:

<http://www.eco.uva.es/examenes>

13. Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Fernández Izquierdo, M.A. (coord.) (2010): *Finanzas sostenibles*, Netbiblo, La Coruña.
- Hartman, L. P.; Desjardins, J. y Espinoza, F.A. (2014): *Ética en los negocios*, McGraw-Hill, México.
- Moreno, J.A. (ed.) (2014): *RSC: para superar la retórica*, Economistas sin Fronteras, dossier nº 14, Madrid.
<http://www.ecosfron.org/portfolio/dossier-no14-rsc-para-superar-la-retorica>
- Moreno, A.; Uriarte, L.M. y Topa, G. (2010): *La responsabilidad social empresarial: oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*, Pirámide, Madrid.
- Raufflet, E.; Lozano, J.L.; Barrera, E. y García, C. (2012): *Responsabilidad social empresarial*, Pearson, México.
- Rodríguez Fernández, J.M. (2003): *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*, Akal, Madrid.
- Rodríguez Fernández, J.M. (2007): "Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría", *Ekonomiaz*, núm. 65, págs. 12-49.
<http://www.ogasun.ejgv.euskadi.net/r51-k86aekon/es/k86aEkonomiazWar/ekonomiaz/getArticulosPubl?idPubl=60>
- Rodríguez Fernández, J.M., Melle Hernández, M. y Sastre Centeno, J.M. (2007): *Gobierno y responsabilidad social de la empresa*, Documentos AECA, Madrid.
<http://www.aeca.es/tienda/rs4>
- Rodríguez Fernández, J.M. (2008): "Modelo *stakeholder* y responsabilidad social: un gobierno corporativo global", *M@n@gement*, vol.11, págs. 81-111.
<https://management-aims.com/index.php/mgmt/article/view/4074>
- Rodríguez Fernández, J.M. (coord.) (2019): "Repensar la empresa", número semimonográfico, *Revista de Economía Crítica*, núm. 28.
http://www.revistaeconomiacritica.org/sites/default/files/revistas/Revista_Economia_Critica_28.pdf
- Salas Fumás, V. (2002): *El gobierno de la empresa*, La Caixa, Barcelona.
http://lacaixaresearch.com/documents/10180/54279/ee29_esp.pdf/5cba95c4-e9b7-4171-8b2d-b6bc8b6f8973



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Ancos, H. (coord.) (2011): *Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide*, Editorial Complutense, Madrid.
- Belz, F.M.; Peattie, K. y Galí, G.M. (2013): *Marketing de sostenibilidad: una perspectiva global*, Profit, Barcelona.
- Bengoechea Morancho, A. (coord.) (2010): *Dimensión medioambiental de la RSC*, Netbiblo, La Coruña.
- Camacho, I.; Fernández, J.L.; González, R. y Miralles, J. (2013): *Ética y responsabilidad empresarial*, Ed. Desclee De Brouwer, Bilbao.
- Campomanes Calleja, E. y Díaz Marcos, L. (2013): *Ética empresarial*. Ed. Ramón Areces, Madrid.
- Fernández de Tejada Muñoz, V. (2010): *Derechos humanos y relaciones laborales*, Netbiblo, La Coruña.
- García, J.; Palacios, B. y Espasandín, B. (2014): *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*, Pirámide, Madrid.
- Gardetti, M.A. (comp.) (2009): *Textos sobre la base de la pirámide: hacia la co-creación de valor y desarrollo*, Dunken, Buenos Aires.
- Guibert Ucin, J.M. (coord.) (2009): *Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes*, Universidad de Deusto, San Sebastián.
- Narrillos Roux, H. (2012): *Economía social: valoración y medición de la inversión social (método SROI)*, Ecobook, Madrid.
- Navarro García, F. (2012): *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*, Esic, Madrid.
- Olcese, A.; Rodríguez, M.A. y Alfaro, J. (2008): *Manual de la empresa responsable y sostenible*, McGraw-Hill, Madrid.
- Pucheta Martínez, M.C. (coord.) (2010): *Información y comunicación de la RSC*, Netbiblo, La Coruña.
- Rivera Lirio, J.M. (coord.) (2010): *Gestión de la RSC*, Netbiblo, La Coruña.
- Rodríguez Fernández, J.M. (2006): "Valor accionario y orientación stakeholder: bases para un nuevo gobierno corporativo", *Papeles de Economía Española*, núm. 108, págs. 10-26.
- Saavedra Robledo, I. (coord.) (2010): *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*, Netbiblo, La Coruña.
- Valdés Alonso, A. (2013): *Responsabilidad social de la empresa y relaciones laborales*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- Valor Martínez, C. (2010): *Relaciones con la sociedad*, Netbiblo, La Coruña.
- Velasco, E. y otros (2013): *Guía de buenas prácticas en responsabilidad social de género*, Pirámide, Madrid.

BIBLIOGRAFÍA EN INGLÉS (NO INDISPENSABLE)

- Alexander, P. (2015): *Corporate social responsibility*, Routledge, New York.
- Aglietta, M. y Reberioux, A. (2005): *Corporate governance adrift*, Elgar, Cheltenham.
- Blowfield, M. y Murray, A. (2011): *Corporate responsibility*, Oxford University Press, New York.
- Epstein, M.J. (2014): *Making sustainability work*, Greenleaf, Sheffield (2ª ed.).
- Fleming, P. y Jones, M. (2013): *The end of corporate social responsibility*, Sage, London.
- Freeman, R.E., Harrison, J.S. y Wicks, A.C. (2007): *Managing for stakeholders*, Yale University Press, New Haven.
- Freeman, R.E.; Harrison, J.; Wicks, A.; Parmar, B. y Colle, S. de (2010): *Stakeholder theory: The state of the art*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Friedman, A.L. y Miles, S. (2006): *Stakeholders*, Oxford University Press, Oxford.
- Hopkins, M. (2016): *CSR and sustainability: from the margins to the mainstream*, Greenleaf, Sheffield.
- Schreck, P. (2009): *The business case for corporate social responsibility: understanding and measuring economic impacts of corporate social performance*, Ed. Physica, Heidelberg.



- Sullivan, R. (2011): *Valuing corporate responsibility*, Greenleaf, Sheffield.

14. Otras cuestiones

Recursos de aprendizaje

Consultar el campus virtual de la UVa (<http://campusvirtual.uva.es/>) y el servicio de reprografía de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Algunas direcciones electrónicas de interés son:

- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA):

<http://www.aeca.es/comisiones/rsc/rsc.htm>

- BankTrack:

<http://www.banktrack.org>

- Business & Human Rights Resource Centre:

<http://www.business-humanrights.org/Home>

- Business and Sustainable Development:

<http://www.bsdfglobal.com>

- Business for Social Responsibility:

<http://www.bsr.org>

- Business in the Community:

<http://www.bitc.org.uk>

- Business Roundtable-Corporate Governance:

<https://www.businessroundtable.org/policy-perspectives/corporate-governance/principles-of-corporate-governance>

- California Public Employees' Retirement System (CalPERS):

<http://www.calpers.ca.gov>

- Caux Round Table:

<http://www.cauxroundtable.org>

- Centre for International Private Enterprise:

<http://www.cipe.org>

- Ceres-Investors and Environmentalists for Sustainable Prosperity:

<http://www.ceres.org>



- Clarkson Centre for Business Ethics:
<http://www.rotman.utoronto.ca/FacultyAndResearch/ResearchCentres/ClarksonCentreforBoardEffectiveness.aspx>
- Clean Clothes:
<http://www.cleanclothes.org>
- Club de Sostenibilidad:
<http://www.club sostenibilidad.org>
- Comisión Europea-Corporate Governance:
https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/company-law-and-corporate-governance_en
- Comisión Europea-RSC:
https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/doing-business-eu/corporate-social-responsibility-csr_es
- Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV):
<http://www.cnmv.es/index.htm>
- Conference Board:
<http://www.conference-board.org>
- Corporate Accountability:
<http://www.corporate-accountability.org>
- Corporate Governance:
<http://www.corpgov.net>
- Corporate Register:
<http://www.corporateregister.com>
- Corporate Responsibility:
<http://www.corporate-responsibility.org>
- CorpWatch:
<http://www.corpwatch.org>
- CSR Europe:
<http://www.csreurope.org>
- Council of Institutional Investors:



<https://www.cii.org/index.asp>

- Encyclopedia of Corporate Governance:

<http://www.encycogov.com>

- Ethisphere Institute:

<http://ethisphere.com>

- European Academy of Business in Society (EABIS):

<http://www.eabis.org>

- European Business Ethics Network (EBEN) y EBEN-España:

<http://www.eben-net.org>

<http://www.eticaed.org>

- European Corporate Governance Institute:

<https://ecgi.global>

- Forética:

<http://www.foretica.es>

- Fundación AVINA:

<http://www.responsables.biz>

- Fundación Crana:

<http://www.crana.org>

- Fundación Ecología y Desarrollo:

<http://www.ecodes.org>

- Fundación Empresa y Sociedad:

<http://www.empresaysociedad.org>

- Fundación para la Ética de los Negocios y las Organizaciones (ÉTNOR):

<http://www.etnor.org>

- Global Corporate Governance Forum:

<http://www.gcgf.org>

- Global Reporting Initiative:

<http://www.globalreporting.org>



- Human Rights Watch:
<http://www.hrw.org/spanish>.
- Institutional Shareholder Services:
<https://www.issgovernance.com>
- Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria:
<http://www.iarse.org>
- Instituto de Consejeros-Administradores:
<http://www.iconsejeros.com>
- Instituto de Innovación Social-ESADE:
<http://www.esade.edu/research-webs/esp/socialinnovation>
- Instituto Ethos:
<https://www.ethos.org.br>
- International Centre for Corporate Social Responsibility:
<https://www.nottingham.ac.uk/business/businesscentres/iccsr/index.aspx>
- International Corporate Governance Network:
<http://www.icgn.org>
- John M. Olin Center for Law, Economics, and Business (Harvard)
http://www.law.harvard.edu/programs/olin_center
- Labour behind the Label:
<http://labourbehindthelabel.org>
- Multinational Monitor:
<http://multinationalmonitor.org>
- National Center for Employee Ownership (NCEO):
<http://www.nceo.org>
- Pacto Mundial de la ONU:
<http://www.pactomundial.org>
- Observatorio de la RSC:
<http://www.observatoriorsc.org>



- Observatorio de Responsabilidad Social de Extremadura:
<http://rsextremadura.juntaex.es>
- Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises:
<http://www.orse.org>
- Observatorio de Multinacionales en América Latina:
<http://www.omal.info>
- OCDE, página sobre Corporate Governance:
<http://www.oecd.org/corporate/index.xml>
- Organización Internacional del Trabajo:
<http://www.ilo.org>
- Red de Solidaridad de la Maquila:
<http://www.maquilasolidarity.org/es>
- Reputation Institute:
<http://www.reputationinstitute.com>
- Responsabilidad Social en Cataluña:
<http://rscat.gencat.cat/es/index.html>
- Social Accountability International:
<http://www.sa-intl.org>
- Social Responsibility Research Network:
<http://www.socialresponsibility.biz>
- Sustainability:
<http://www.sustainability.com>
- Sustainable Value:
<http://www.sustainablevalue.com>
- Transnationale:
<http://www.transnationale.org>
- War on Want:
<http://www.waronwant.org>





- World Bank-Corporate Governance:

<http://www.worldbank.org/wbi/governance>

- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD):

<http://www.wbcsd.org>

- World Council for Corporate Governance:

<http://www.wcfcg.net>

- Xertatu:

http://www.bizkaia.eus/home2/Temas/DetalleTema.asp?Tem_Codigo=5748&Idioma=CA

Apoyo tutorial

El profesorado de la asignatura dispondrá de 6 horas semanales de atención al alumno en las que pueden plantear cuestiones o dudas relativas a la asignatura. Los horarios de tutoría se pueden consultar en el siguiente vínculo de la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales:

<http://www.eco.uva.es/tutorias>

