



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	Análisis y estrategias de responsabilidad social corporativa		
Materia			
Módulo	Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad		
Titulación	Máster Oficial en Comunicación con fines sociales. Estrategias y campañas.		
Plan	515	Código	53244
Periodo de impartición	Primer trimestre	Tipo/Carácter	OBLIGATORIA
Nivel/Ciclo	Master	Curso	1
Créditos ECTS	3 ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Ángel Carrasco Campos		
Departamento(s)	Sociología y Trabajo Social		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	angel.carrasco.campos@soc.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La materia forma parte del primer módulo del Master, cuyos objetivos son proporcionar al alumnado los conocimientos y habilidades básicas para diseñar estrategias y crear campañas de comunicación con fines sociales. Dentro de este módulo se abordan, por un lado, los fundamentos de la comunicación con fines sociales, y los factores sociales, psico-sociales y educativos asociados a la misma; por otro, los ámbitos o contextos en los que encontramos de forma prioritaria tales acciones comunicativas (empresas, administraciones públicas y movimientos sociales) así como las técnicas de investigación y las fuentes de información relevantes en este ámbito.

1.2 Relación con otras materias

La coherencia interna del plan de estudio del máster hace que los contenidos de esta asignatura guarden relación con el resto de materias y módulos del título. En cualquier caso, por la proximidad de sus contenidos, la asignatura mantiene una especial mayor relación con “Valores y estilos de vida en la modernidad tardía”, “Comunicación y cambio social”, “Los movimientos y redes sociales” o “Buenas prácticas de comunicación y educación con fines sociales desde las AA.PP.”, así como con los posibles contenidos de un Trabajo Fin de Máster.

1.3 Prerrequisitos

Estos conocimientos, habilidades y destrezas son de orden general y se refieren más concretamente a:

- Conocimientos básicos de las diversas áreas de conocimiento relacionadas con las Ciencias Sociales.
- Capacidad para la lectura comprensiva y el análisis de textos.
- Capacidad para el diálogo grupal y la reflexión colectiva.

2. Competencias

2.1 Generales

- G.1. Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico. Desarrolla la Capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas.
- G.2. Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.
- G.3. Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.
- G.4. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.
- G.5. Capacidad de compromiso ético profesional y personal; que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante.
- G.6. Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

2.2 Específicas

- E1. Conocimiento y capacidad para aplicar códigos éticos sobre la comunicación comercial, social, educativa, publicitaria...
- E2. Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de cuestiones de gestión, desarrollo e implementación relacionadas con la acción social de las organizaciones empresariales, las administraciones públicas, instituciones y organizaciones del tercer sector.
- E3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. Obtener la capacidad de análisis y síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.
- E.6. Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales. Conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.
- E.7. Capacidad para gestionar la comunicación en el ámbito de la responsabilidad social, y saber qué métodos se pueden aplicar para evaluar la eficacia de las campañas de comunicación con fines sociales reales y realistas: incluye distinguir claramente la responsabilidad social de la acción social y la reputación social.



3. Objetivos

- Analizar críticamente el alcance de la responsabilidad social corporativa, utilizando las aportaciones de las distintas disciplinas y perspectivas teóricas que estudian la economía y la política aplicadas a las instituciones, el sector social/sociedad civil 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.
- Valorar las diversas prácticas de responsabilidad social corporativa existentes, para aprovechar la transferencia de conocimientos.
- Trabajar en la elaboración de la estrategia de la RSC y las campañas de comunicación con fines sociales en este entorno





4. Contenidos y/o bloques temáticos

a. Contextualización y justificación

La asignatura aborda tres ejes básicos en relación con la Responsabilidad Social: qué es y qué instrumentos existen para llevarla a cabo, qué se está haciendo realmente, y una reflexión constante en ambos de cara a alcanzar unas conclusiones, que partiendo de un planteamiento analítico - crítico - constructivo, propongan un código de lo que se debe y no se debe hacer y desarrollen una estrategia de comunicación con fines sociales, en la RS, veraz y eficiente.

b. Objetivos de aprendizaje

- Analizar críticamente el alcance de la responsabilidad social corporativa, utilizando las aportaciones de las distintas disciplinas y perspectivas teóricas que estudian la economía y la política aplicadas a las instituciones, el sector social/sociedad civil 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.
- Valorar las diversas prácticas de responsabilidad social corporativa existentes, para aprovechar la transferencia de conocimientos.
- Trabajar en la elaboración de la estrategia de la RSC y las campañas de comunicación con fines sociales en este entorno

c. Contenidos

1. INTRODUCCIÓN A LA RSC
 - Claves contextuales y conceptuales para comprender y analizar la RSC: globalización, neoliberalismo, sostenibilidad y ciudadanía corporativa.
 - Actores y ámbitos de la RSC.
2. EL IMPULSO Y LA ESTANDARIZACIÓN INSTITUCIONAL DE LA RSC
 - La dimensión institucional de la RSC a escala mundial, europeo y Estatal.
3. COMUNICACIÓN Y RSC: HERRAMIENTAS Y RECURSOS
 - RSC e identidad corporativa: coherencia, equilibrio y espacios de participación.
 - Los informes y memorias de RSC
 - La RSC como espacio de diálogo
4. ENFOQUES CRÍTICOS DE LA RSC
 - Greenwashing y socialwashing
 - Decrecimiento, economía del bien común, éticas del buen vivir
5. RSC: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS
 - Buenas y malas prácticas de RSC
 - Estrategias y análisis de RSC



d. Métodos docentes

Al tratarse de una formación de posgrado realizada en grupos pequeños, se favorecerá el modelo de seminario mediante la participación del alumnado a través de exposiciones orales, preparación de contenidos, debates y análisis grupales.

e. Plan de trabajo

Las sesiones se establecen en turnos de cuatro horas, en las que se desarrollarán diferentes momentos y metodologías docentes. De manera general, se propondrá que para cada sesión se realice al menos una exposición por parte de algún/a alumno/a que sirva para acompañar las explicaciones del profesor y puedan dar lugar a posteriores debates y/o análisis de caso.

Todas las sesiones contarán con un tiempo de descanso.

f. Evaluación

La evaluación se realizará mediante un trabajo individual escrito al final del curso, así como a través del trabajo realizado en clase. Se favorecerá la evaluación continua durante el curso, mediante la realización de exposiciones y trabajos breves durante el curso.

La temática del trabajo será de libre elección de cada estudiante, a consensuar previamente con el profesor. Se establecerán las pautas concretas del trabajo (extensión, características, fecha de entrega) durante el curso, para facilitar la coordinación con el resto de actividades de otras asignaturas.

g. Bibliografía básica

- ALMAGRO, Juan José; GARMENDIA, José Antonio y DE LA TORRE, Isabel (Coord.) (2009): Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE. Madrid, Prentice Hall
- ARGANDOÑA, Antonio (2007): RSE: “¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa?”, en *Documentación Social*, nº 146. Madrid, Cáritas (pp. 11-24)
- CAPRIOTTI, P. (2006). “Concepción e importancia actual de la Ciudadanía Corporativa”. *Razón y Palabra*, 53.
- KOWSZYK, Y. (DIR). (2019). *Responsabilidad Social Empresarial y Objetivos de Desarrollo Sostenible en la Unión Europea, América Latina y el Caribe*. Hamburgo: Fundación EU-LAC. Disponible en: https://eulacfoundation.org/es/system/files/responsabilidad_social_y_objetivos_de_desarrollo_sostenible_en_ue_y_lac.pdf
- MELÉ, Domènec (2007): “Responsabilidad Social de la Empresa: una revisión crítica a las principales teorías”, en *Economiaz*, nº 62 (Disponible en: http://www1.euskadi.net/economiaz/taula1_c.api?IDPUBL=60)
- MAIRA, Mª del Mar (2015): *La dimensión internacional de la Responsabilidad Social Empresarial. Actores y disputas en el contexto de la economía neoliberal globalizada*. Ed. Bazarzo.
- NACIONES UNIDAD (1987). *Informe Brundtland. Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo*. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/105305734/ONU-Informe-Brundtland-Ago-1987-Informe-de-la-Comision-Mundial-sobre-Medio-Ambiente-y-Desarrollo>
- TAIBO, C. (2011). *El decrecimiento explicado con sencillez*. Madrid: Catarata.
- VILLASANTRE, T.; ALBERICH, T. y ESPADAS, A. (2009): “Responsabilidad Social Corporativa, sostenibilidad y alternativas locales de desarrollo”, en ALMAGRO et al.: *Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE*. Madrid, Prentice Hall (pp. 171-187)

h. Bibliografía complementaria

- BERNAL, A. y RIVAS, L. A. (2012). “Modelos para la identificación de stakeholders y su aplicación a la gestión de los pequeños abastecimientos comunitarios de agua”. *Revista Lebre*, 4.
- CRANA (2010): *Guía metodológica para implementar planes de RSE en las PYMES navarras*. Pamplona, Fundación CRANA. (Disponible en: <http://www20.gencat.cat/docs/rscat/05%20-%20Actualitat/06-Documents/Noticias/Arxius/Guia%20metodolog%C3%B3gia%20para%20implantar%20planes%20RSE%20en%20las%20pymes%20navarras.pdf>)



CUESTA GONZÁLEZ, Marta (2005): "Responsabilidad Social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa". *Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria* (Disponible en: <http://www.hegoa.ehu.es/congreso/bilbo/doku/bat/responsabilidadsocialcorporativa.pdf>)

ELKINGTON, J. (1994) Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36, 90-100.

FALCAO MARTINS y FONTES FILHO (1999): "¿En qué se pone el foco? Identificando "stakeholders" para la formulación de la misión organizacional", en Revista del CLAD de Reforma y Democracia (Disponible en: <http://www.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/015-octubre-1999/bfen-quien-se-pone-el-foco-identificando-stakeholders-para-la-formulacion-de-la-mision-organizacional>)

FUNDACIÓN ECOLOGÍA Y DESARROLLO (2004): *La Responsabilidad Social Corporativa y Administraciones Públicas. Iniciativas en España* (Disponible en: <http://www.ecodes.org/responsabilidad-social/responsabilidad-social-corporativa-y-administraciones-publicas-iniciativas-en-espana>)

GONZÁLEZ ESTEBAN, Elsa (2007): "La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y d la Responsabilidad Social Corporativa", en Veritas, nº 17 (Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2471547>)

de evaluación de los criterios de excelencia en un Ayuntamiento y la aplicación de la norma ISO 66.182

YERA, T. Y PIN J.R. (2010): "La demanda social de la responsabilidad pública: marco de referencia sobre RSC y buen gobierno". IESE. (Disponible en: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0851.pdf>) En este documento aparece un ejemplo

i. Recursos necesarios

Acceso al campus virtual. A lo largo del curso se facilitarán a través de este medio diferentes materiales de apoyo, incluida documentación institucional sobre RSC (normativas, estándares, etc.), material audiovisual (documentales, entrevistas...), material de análisis (artículos periodísticos, reportajes), enlaces webs (asociaciones para la RSC, ONGs...), así como textos de contenidos teóricos.

j. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
TEMA 1	0,5	1 SEMANA
TEMA 2	0,5	1 SEMANA
TEMA 3	1	2 SEMANAS
TEMA 4	0,5	1 SEMANA
TEMA 5	0,5	1 SEMANA

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

5. Métodos docentes y principios metodológicos

- M1. Trabajo en pequeños grupos.
- M.2. Método expositivo o lección magistral.
- M3. Debates o discusión en grupos
- M4. Trabajo individual y autónomo.
- M5. Seminarios monográficos.
- M7. Entrevistas en tutoría individual y de grupo.
- M9. Técnicas cooperativas.

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

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	22	Estudio y trabajo autónomo individual	28
Exposiciones de trabajos	5	Estudio y trabajo autónomo grupal	20
Seminarios (S) y análisis de caso	5		
Total presencial	32	Total no presencial	48

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación continuada a través de la participación y de la realización de actividades escritas y orales	20%	
Trabajo	80%	El trabajo se desarrollará y realizará de forma individual o grupal en función de las características de la clase

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Comprensión y capacidad de aplicación de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Comprensión y capacidad de aplicación de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura
 - Se conservan las calificaciones de la evaluación continua y presencialidad obtenidas durante el curso académico.

8. Consideraciones finales