

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2018-2019

ASIGNATURA: Responsabilidad Social de las Empresas

PROFESOR(ES): Dña. Begoña Morales Blanco - Steger

CURSO: 4

TPO: OB

CÓDIGO: 019803703

CRÉDITOS ECTS: 6,0

PLAN DE ESTUDIOS: 2018

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 18/09/2018 19:29:42

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

Conocer y entender:

Qué es la RSC, cómo nace y su evolución hasta convertirse en parte de la estrategia empresarial.

El papel de los Grupos de interés en el diseño de una estrategia con criterios de RSC: escucha activa y rendición de cuentas.

Palancas que mueven la RSC: Globalización, Crisis que han provocado la regulación de aspectos de RSC (Rana Plaza, Volkswagen, BP en el Golfo de México, etc), Regulación, etc

La conexión de la RSC con otras áreas de la organización: recursos humanos, comunicación, compras, gestión de clientes, asesoría legal (compliance), etc. Métodos para integrar la responsabilidad corporativa en la cadena de valor de la empresa.

Las diferencias entre la Ciudadanía Corporativa, la RSC y la Creación de valor compartido

Cómo medir el impacto: indicadores ASG (Ambientales, Sociales y de Gobierno)

El Gobierno Corporativo como responsable último del comportamiento responsable de la empresa.

Riesgos y oportunidades que afectan a la empresa en el contexto global y la importancia de Gestión Responsable en este nuevo entorno. Naciones Unidas como impulsor de programas globales: ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) y PPRR(Principios Rectores de Empresa y Derechos Humanos).

Los ISR (Inversores socialmente responsables) como impulsores de prácticas responsables. La importancia de la medición del impacto: empresas que han demostrado que la RSC es rentable a largo plazo impulsan la ISR

La rendición de cuentas a los grupos de interés

Prácticos

Analizar la información pública de las empresas para identificar su compromiso con la RSC

Identificar los aspectos relevantes de responsabilidad empresarial dependiendo del sector de actividad (energético, tecnológico, textil, medios de comunicación, etc.)

Identificar a los grupos de interés de la empresa y establecer canales de relación

Diseñar un plan director de RSC (a alto nivel) que tenga en cuenta a los grupos de interés internos y externos

Identificar KPIs (key performance indicators) para gestionar, medir y reportar la RSC

Diseñar un modelo de reporte corporativo

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Capacidades para identificar:

La información pública de las empresas para identificar su compromiso con la RSC

Quiénes son las empresas líderes y cuáles son las mejores prácticas de negocio responsable

Los aspectos relevantes de responsabilidad empresarial dependiendo del sector de actividad (energético, tecnológico, textil, medios de comunicación, etc.)

La diferencia entre RSC, Ciudadanía Corporativa y Creación de valor Compartido

Espíritu crítico ante la información pública

Fomento de la sensibilidad hacia los retos sociales y ambientales del siglo XXI

Discurso y herramientas para defender una estrategia de Negocio Responsable

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

TEMA	Contenido	Bibliografía	Prácticas
TEMA-1			
Aproximación a la RSC	<p>Porqué nace la RSC</p> <p>Qué es la RSC</p> <p>Qué palancas hacen avanzar la RSC</p> <p>Cómo abordan las empresas la RSC (<i>the path to RSC</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Porter, M. & Kramer. (2006). M. Strategy & BC: Bhopal Union Carbide Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review (p.1-4) Simon Zadek. (2006). <i>The Path to Corporate Responsibility</i>. Harvard Business Review Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P 2-51 	<p>The Yes men: Friedman (minuto 12:13 https://www.youtube.com/watch?v=lm-L9RLIVJg&t=27s)</p> <p>The Yes men: Union Carbide (hasta minuto 33)</p> <p>BC: Union Carbide. Bhopal</p> <p>Apple: Minerales de conflicto: En tierra Hostil</p>
			<p>Práctica de Grupos: reparto de empresa por grupo</p>
TEMA-2			
Los Grupos de interés	<p>de Teoría de los stakeholders</p>	<ul style="list-style-type: none"> Freeman. (2010). Stakeholder Theory_ The Nestlé (Artículo BBC) State of the Art. P.24 	<p>Nike (Caso business ethics)</p>

TEMA	Contenido	Bibliografía	Prácticas
	<p>Qué son los Grupos de Interés</p> <p>Cómo se identifican los GGII de una compañía</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P.72-84 	<p>PG: GGII</p>
TEMA-3			
Materialidad	<p>Materialidad: concepto y análisis de materialidad</p> <p>Identificación de áreas materiales para cada negocio (Strategy RSC)</p>	<ul style="list-style-type: none"> Porter, M. & Kramer. (2006). M. Strategy & Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review (p.7-9) Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P 211-243 Herramientas: SASBI, GRI Sectorial, SDG Sectorial PPRR 	<p>Casos para materialidad con cadena de valor</p> <p>Nestlé</p> <p>Unilever</p> <p>PG: Áreas relevantes</p>
TEMA-4			
Implantar la RC	<p>Visión RSC de corto, medio y largo plazo</p> <p>Plan Director de RSC</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P 110-125, P.303-323 Herramientas: ISO26000 	<p>Plan director de RSC (individual)</p> <p>Práctica: Role play C. Dirección</p> <p>PG: Plan Director RSC</p>
TEMA-5			
Gobierno Corporativo y RSC	<p>Responsabilidad del órgano de gobierno de las RSC</p> <p>Código ético</p> <p>Compliance vs RSC</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. Incentives and Compliance. 303-323 The Code of ethics (Business ethics in action p. Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas 	<p>BC: Arthur Andersen</p> <p>BC: Paula`s dilema</p> <p>BC: Visa dilema Accenture ethics Code</p> <p>PG: Modelo de Gobierno de la RSC</p> <p>Código ético: áreas básicas</p>
TEMA-6			
Regulación vs Voluntariedad	<p>Incentivos vs Compliance</p>	<ul style="list-style-type: none"> Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. Incentives and Compliance. P158-178 	<p>BC: Walmart (Chandel (2016). P167</p> <p>Facebook. Video Zuckerman</p>

TEMA	Contenido	Bibliografía	Prácticas
		<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia europea 2020. VivaTech2018 http://ec.europa.eu/europe2020/index_es.htm • Directiva de disclosure INF 	
TEMA-7			
Gestión del Impacto ambiental	Oportunidades estratégicas de la gestión del Impacto ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. Incentives and Compliance. P284-300 	BC: Patagonia Práctica: Cálculo de HC básica
PG: Impacto ambiental y KPIs			
TEMA-8			
Ciudadanía corporativa	Ciudadanía corporative y filantropía	<ul style="list-style-type: none"> • Porter, M. & Kramer. (2006). The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy • Business Ethics in Action. P320-342 	BC: Indra_LISMI BC:Infosys
PG: Ciudadanía Corporativa			
TEMA-9			
ISR	Evolución de la ISR La ISR como palanca para generar prácticas responsables. Indicadores ASG	<ul style="list-style-type: none"> • Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P.126-138 • DJSI Yearbook • Principios de Ecuador 	Práctica: análisis Carta CEO de BlackRock Práctica: Novonordisk Fund
PG: Fondos ISR que incluyen la empresa			
TEMA-10			
Rendición de cuentas	Accountability Transparencia en la relación con los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • IIRC. Framework • Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P.180-198 	Informe integrado: Contenidos relevantes y KPIs básicos por sector Transparencia en la web
BC : Práctica SAP : https://www.sap.com/integrated-reports/2017/en/connectivity.html			
PG: con KPIs básicos			

TEMA	Contenido	Bibliografía	Prácticas
------	-----------	--------------	-----------

TEMA-11

Creación de RSC
valor estratégica. Hacia
compartido la

creación de valor
compartido

Filantropía
estratégica

- Porter, M. & Kramer, M (2011). Nestlé Creating_Shared_Value. Harvard Business Review. NovoNordisk

- Porter, M. & Pfitzer. (2014). Measuring Shared Value. How to unlock value by linking social and business results. FSC

PG: Análisis estratégico de la RSC. Outside-in

- Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation. P 325-343

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Chandler. (2016). Strategic CSR. Sustainable Value Creation.

Porter, M. & Kramer. (2006). M. Strategy & Society. The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review

Porter, M. & Pfitzer. (2014). Measuring Shared Value. How to unlockvaluebylinkingsocial and businessresults. FSC

Porter, M. & Kramer. (2006). The CompetitiveAdvantageof Corporate Philanthropy

Simon Zadek. (2006). *The Path to Corporate Responsibility*. Harvard Business Review

Freeman. (2010). StakeholderTheory_ The Stateof the Art

Melé, D. (2009). Business Ethics in Action

Webs de interés:

<https://www.unglobalcompact.org>

<https://www.pactomundial.org>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA
METODO

Lecciones magistrales	20%	Sesiones para fijar conceptos básicos: RSC, Grupos de interés, materialidad, etc
Casos de estudio	50%	Análisis de casos de empresas reales (Unilever, Nestlé, etc) y debate sobre decisiones tomadas y decisiones posibles

Trabajo práctico	30%	<p>Herramientas para diseñar modelos de RSC: Análisis de materialidad, identificación de grupos de interés, identificación de Indicadores</p> <p>Desarrollo (por grupos) de un modelo de RSC a lo largo del curso. Al inicio del curso se asignará una empresa a cada grupo (máximo 4 personas por grupo). El trabajo incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descripción de la empresa y cadena de valor • Análisis de Materialidad • Grupos de interés • Estrategia de RSC • Plan director de RSC • Modelo de Gobierno • Reporte • KPIs
------------------	-----	--

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Trabajo de grupo	30%
Participación en clase	30%
Examen	40%

Trabajo de grupo (30%)

Cada grupo desarrollará a lo largo del curso un informe sobre el caso asignado que incluirá:

- Descripción de la compañía
- Cadena de valor
- Grupos de interés
- Análisis de materialidad: áreas relevantes de impacto social y ambiental
- Estrategia de RSC
- Plan director de RSC: incluyendo KPIs
- Modelo de Gobierno de la RSC
- Reporte integrado (resumen ejecutivo)

Participación en clase (30%)

Preparación previa de los casos o cuestiones para el debate (se entregará el material previamente: artículos, casos o capítulos del libro)

Respuesta a las preguntas planteadas en la sesión

Contribución al debate en clase

Examen (40%)

Único examen en enero compuesto por teoría y práctica

Nota importante: Todas las partes (Trabajo de grupo, Participación y Examen) deben estar aprobadas para que sumen entre sí

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO