

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018

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: 2017

UNIVERSIDAD: CES Villanueva

FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación

TITULACIÓN: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

ÁREA DE CONOCIMIENTO: -

ÚLTIMA REVISIÓN: 03/11/2017 13:04:06

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.
- 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.
- Sistemas de medida: indicadores ASG (Ambientales, Sociales y de Gobierno)
- El Gobierno Corporativo como responsable último del comportamiento responsable de la empresa. Nueva normativa y recomendaciones en materia de Buen Gobierno y Empresa Responsable.
- Crisis que han provocado la regulación de aspectos de RSC (Rana Plaza, Volkswagen, BP en el Golfo de México, etc). Regulación a nivel nacional, europeo y global, para la adopción de prácticas responsables.
- 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
- Publicidad responsable y consumo responsable como palancas claves de la RSC
- Cómo comunicar la RSC y qué herramientas son las más adecuadas
- La RSC de los medios de comunicación

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.)

Analizar los canales de comunicación con grupos de interés

Diseñar un modelo de reporte corporativo

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

Diseñar un plan de comunicación interna y externa de la RSC

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Que los estudiantes sean capaces de analizar:

- 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 comunicación responsable
- La diferencia entre RSC y Acción social
- La diferencia entre RSC y Marketing social y el “greenwashing”

Que los estudiantes sean capaces de diseñar:

- Un plan director de RSC (a alto nivel) que tenga en cuenta a los grupos de interés internos y externos
- Un plan de comunicación interna y externa de la RSC

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

TEMA-1 Aproximación a la RSC y evolución del Concepto RSC

- De Friedman a Freeman
- Teoría de los *stakeholders*
- RSC1.0 vs RSC 2.0

TEMA-2 Estándares internacionales voluntarios (I)

- Pacto Mundial
- Directrices OCDE
- GRI

TEMA-3 Materialidad: concepto y análisis de materialidad

TEMA-4 Gobierno de la RSC. Organización y Estrategia

- Modelos organizativos y tendencia
- Relación de RSC con otras áreas de la organización y con el Gobierno Corporativo.
- Funciones y perfil del responsable de RSC
- Plan Director de RSC

TEMA-5 Gobierno Corporativo

- Responsabilidad del órgano de gobierno sobre la RSC
- Código ético
- Regulación RSC
- Compliance vs RSC

TEMA-6 Inversión Socialmente Responsable

- Evolución de la ISR
- La ISR como palanca para generar prácticas responsables.
- Indicadores ASG (Ambiental, Social y de Gobierno)

TEMA-7 Estándares internacionales voluntarios (II). Nuevos retos. Creación de valor compartido.

- ODS (Objetivos de desarrollo sostenible)
- PPRR (Principios rectores sobre empresa y derechos humanos)

TEMA-8 Transparencia

- Comunicación interna: La RSC como palanca para trabajar el orgullo de pertenencia (employee branding)
- Comunicación externa:
 - La memoria de RSC. Hacia el informe integrado
 - Transparencia en la Web
 - Los mensajes de RSC vs Marketing social

TEMA-9 RSC vs Reputación Corporativa

- Monitores de reputación corporativa: Reptrack, Merco

TEMA-10 Publicidad responsable/Consumo responsable

- Publicidad responsable
- Eco-etiquetas, etiquetas sociales, etc
- Educación del consumidor
- Hábitos de consumo

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**Bibliografía:**

Freeman, R. E., & Evan, W. M. (1990). Corporate governance: A stakeholder interpretation. *Journal of Behavioral Economics*, 19(4), 337-359.

Global Reporting Initiative. (2011). Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad y suplemento sectorial para medios

Kramer, M. R., & Porter, M. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy and society. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

Zadek, S. (2007). The Path to Corporate Responsibility. *Harvard Business Review*.

Webs:

Código de buen gobierno: https://www.cnmv.es/docportal/publicaciones/codigogov/codigo_buen_gobierno.pdf

Compromiso y transparencia: <http://www.compromisoytransparencia.com>

CSR media forum: <https://responsiblemediaforum.org/home>

Directiva de divulgación de información no financiera: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32014L0095>

DJSI: <https://yearbook.robecosam.com>

Estrategia Española de RSE: <http://www.empleo.gob.es/es/rse/eerse/index.htm>

Global Reporting Initiative: <https://www.globalreporting.org>

Integrated reporting: <https://integratedreporting.org>

Objetivos de desarrollo sostenible: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Pacto Mundial: <https://www.unglobalcompact.org>; <http://www.pactomundial.org>

Principios rectores de empresa y derechos humanos: <https://business-humanrights.org/en/un-guiding-principles>

Spainsif. Estudio sobre inversión socialmente responsable 2016: <http://www.spainsif.es/publicaciones/>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las clases tendrán una parte de contenido teórico y otra principal de carácter práctico. El contenido teórico en su mayoría estará relacionado con definiciones, políticas, estándares, guías, etc., publicadas por organismos nacionales o internacionales que promueven la RSC en el ámbito empresarial. Se analizarán estos modelos, así como su implantación por diferentes organizaciones y sectores de actividad a partir de la información pública que aportan.

En la parte práctica, se realizarán actividades de *roll-play* para representar y entender mejor las situaciones que se presentan en la empresa.

Además de las tutorías individuales que se pudieran solicitar, durante el curso se realizarán tres tutorías grupales con el objetivo de resolver dudas y profundizar en los contenidos teórico-prácticos de la asignatura.

Se realizará una prueba de evaluación parcial sobre el contenido impartido en la que será necesario analizar, evaluar y proponer mejoras a programas de gestión de la responsabilidad social empresarial de diferentes organizaciones.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN GLOBAL. La nota final de la asignatura para la convocatoria ordinaria será la suma de la evaluación teórica (40%) y la evaluación práctica (60%). En todos los casos será necesario obtener un 5 en la evaluación teórica. A continuación, se explica detalladamente cada uno de los apartados de la evaluación teórica y la práctica.

EVALUACIÓN TEÓRICA (40% de la nota). Se compone de los siguientes puntos:

Prueba de evaluación parcial: durante el curso se realizará una prueba de evaluación sobre los contenidos tratados en clase. Para aprobar será necesario obtener un cinco. La superación del parcial liberará de los contenidos examinados en la convocatoria final ordinaria.

Examen final (convocatoria ordinaria). Aquellos alumnos que no hayan liberado la prueba de evaluación parcial se examinarán de todos los contenidos del curso. Aquellos alumnos que hayan liberado, sólo se evaluarán de los temas restantes. La nota final de teoría de los alumnos liberados será la media de la prueba parcial y final. La nota final de teoría de los alumnos que no han liberado será la nota del examen final.

Las fechas y características de la prueba de evaluación serán comunicada el primer día de clase.

EVALUACIÓN PRÁCTICA (60% de la nota). Se compone de la siguiente actividad:

Trabajos de grupo (40%):

- Primer entregable (20%). Análisis de materialidad e identificación de grupos de interés para un sector de actividad. Selección y presentación de una empresa para análisis y gestión de su RSE. Los entregables serán:
 - Informe (3-5 páginas), incluyendo:
 - Método utilizado para identificar materialidad interna y externa
 - Fuentes utilizadas: aportar los links a fuentes relevantes
 - Matriz de materialidad explicando con evidencias cómo se han identificado los aspectos relevantes
 - Presentación en clase de 15 minutos por grupo (se valorará la innovación en la presentación): Anuncio, video, mural, infografía, visualthinking, roll-play, carta...

- Segundo entregable (20%). Plan director de RSC (con actividades y objetivos por grupo de interés). Los entregables serán:
 - Informe (3-5 páginas), incluyendo:
 - Estrategia de RSE
 - objetivos y actividades por grupo de interés
 - Presentación en clase en formato de defensa del plan al Comité de Dirección .

Participación en el aula y trabajos de clase: (20%) Aportaciones que se realicen, bien con exposiciones orales o escritas, a los temas de análisis planteados en clase (matrices de materialidad, focus group de grupos de interés, etc).

ASISTENCIA Y PARTICIPACIÓN.

La asistencia a las clases y sesiones prácticas es obligatoria.

En el supuesto de no superar los criterios de evaluación en la convocatoria ordinaria se acudirá a la convocatoria extraordinaria en la que el examen final tendrá una valoración del 100% de la nota.

Tutorías:

- Online. En cualquier momento del cuatrimestre a través de la intranet del centro. Plazo máximo de respuesta: 2 días laborables.
- Individuales: Se realizarán 3 sesiones grupales de tutoría. Las fechas se pondrán a disposición de los alumnos/as a inicio de curso. Se realizarán en el aula. Las sesiones serán obligatorias para todos los alumnos/as y podrán ser individuales o grupales. La no presencia en las reuniones computará como falta de asistencia.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO