

Responsabilitat Social Corporativa

Codi: 104788

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	OB	3	1

Professor/a de contacte

Nom: Estrella Barrio Fraile

Correu electrònic: estrella.barrio@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Altres indicacions sobre les llengües

El treballs de pràctiques i el treball final realitzats per l'alumnat es poden presentar en català o en castellà

Equip docent

Jose Salvat Sangra

Prerequisits

No és necessari cap requisit previ.

Objectius

- Conèixer la disciplina des dels seus fonaments teòrics, conceptualització i orígens històrics.
- Definir què és la responsabilitat social corporativa i saber identificar les seves dimensions i les seves àrees temàtiques.
- Conèixer com es gestiona la RSC de manera estratègica i transversal en l'organització.
- Saber identificar els diferents stakeholders i com establir vies de diàleg amb ells.
- Conèixer la dimensió professional de l'activitat a Espanya i al món.
- Abordar la comunicació estratègica de la RSC.

En definitiva, es treballarà la RSC com un element estratègic i transversal en l'organització que impliqui tots els departaments i que doni resposta als interessos de tots els stakeholders, de manera que el diàleg entre empresa i stakeholders és fonamental.

L'objectiu final d'aquesta matèria és introduir a l'alumnat en un procés de formació i capacitació que li faciliti l'accés al perfil professional encarregat de liderar la RSC a les organitzacions (dircom o dirse).

Competències

- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi valorant l'impacte social, econòmic i mediambiental.

- Analitzar i avaluar l'estructura dels diferents tipus d'organitzacions, dels mitjans de comunicació i de la relació entre tots dos.
- Demostrar capacitat de lideratge, negociació i treball en equip.
- Establir objectius de comunicació i dissenyar i aplicar les estratègies més adequades per a la comunicació de les organitzacions i els seus treballadors, clients i usuaris i la societat en general.
- Introduir canvis en els mètodes i els processos de l'àmbit de coneixement per donar respostes innovadores a les necessitats i demandes de la societat.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.
- Treballar d'acord amb la deontologia professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions relacionades amb un entorn professional en contínua transformació, motivades pels canvis socials, econòmics, polítics i tecnològics.
2. Analitzar els indicadors de sostenibilitat de les activitats academicoprofessionals de l'àmbit integrant-hi les dimensions social, econòmica i mediambiental.
3. Analitzar les desigualtats per raó de sexe/gènere i els biaixos de gènere en l'àmbit de coneixement propi.
4. Analitzar una situació i identificar-ne els punts de millora.
5. Defensar oralment i per escrit els arguments de l'organització i dels seus dirigents per explicar a la competència, però també a tota mena de públics, els seus objectius, funcions i la idea de servei a la societat.
6. Demostrar capacitats de lideratge i iniciativa.
7. Demostrar consciència ètica en l'aplicació i la gestió de la responsabilitat social corporativa per millorar l'entorn laboral i la incidència social de l'organització en el seu àmbit geogràfic de desenvolupament.
8. Dominar els temes per a l'elaboració del pla de responsabilitat social corporativa de l'organització.
9. Generar idees creatives en el seu entorn de desenvolupament professional.
10. Identificar i descriure els objectius de responsabilitat social corporativa de les organitzacions per aconseguir avantatges competitius respecte dels seus públics externs i interns.
11. Identificar les implicacions socials, econòmiques i mediambientals de les activitats academicoprofessionals de l'àmbit de coneixement propi.
12. Identificar les principals desigualtats i discriminacions per raó de sexe/gènere presents a la societat.
13. Identificar situacions que necessiten un canvi o millora.
14. Planificar i executar projectes acadèmics en l'àmbit de la comunicació estratègica a partir de la creació de plans responsabilitat social corporativa.
15. Proposar nous mètodes o solucions alternatives fonamentades.
16. Proposar projectes i accions viables que potenciïn els beneficis socials, econòmics i mediambientals.

Continguts

TEMA 1: Contextualització de la Responsabilitat Social Corporativa

El valor intangible de les organitzacions

Causes de la demanda actual de RSC

TEMA 2: Conceptualització de la Responsabilitat Social Corporativa

Conceptualització i definició de la RSC

Origen y evolució de la RSC

Principis, dimensions i stakeholders

TEMA 3: Altres manifestacions socials a les organitzacions

Acció social: donacions, fundacions, voluntariat corporatiu

Filantropia corporativa

Marketing amb causa

TEMA 4: Gestió de la Responsabilitat Social Corporativa

Procés de gestió de la RSC

Fase d'avaluació de l'entorn

Fase de planificació

Fase d'implementació

Fase de seguiment i control

Fase de comunicació

Fase de feedback

TEMA 5: El/la gestor/a de la Responsabilitat Social Corporativa

*El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere. S'inclourà la perspectiva de gènere en l'anàlisi de la figura del o de la responsable de la RSC.

Metodologia

Exposició detallada dels continguts teòrics del temari, especialment de tots els conceptes que s'imparteixen en aquesta matèria. D'aquesta manera l'alumnat disposarà d'una base teòrica que li permetrà realitzar, a posteriori, les activitats d'aprenentatge planificades. Respecte a les sessions pràctiques, la classe es dividirà en subgrups per poder fer un treball més personalitzat amb els tutors de seminari o pràctiques. En aquestes sessions de pràctiques es realitzaran exercicis en grup, plantejats a classe, directament relacionats amb els temes concrets segons es vagin impartint. En aquests exercicis s'implementarà el mètode d'aprenentatge i servei, el mètode de l'estudi de cas, la resolució de problemes de comunicació i/o la lectura, anàlisi i posada en comú dels articles especialitzats que la professora consideri d'interès per a la matèria tractada. Com a colofó a l'assignatura l'alumnat realitzarà una pràctica final basada en l'estudi d'una experiència real de gestió de la responsabilitat social corporativa en una organització. Aquest treball final es farà també en grup (amb el mateix grup format a les sessions pràctiques). D'aquesta manera, l'alumnat contrastarà en la praxis el coneixement teòric explicat a classe.

L'alumnat disposarà al campus virtual de links de contingut complementari per a cada bloc temàtic. Aquests materials hauran de ser llegits i revisats amb antelació tant per fer les pràctiques com preparar-se la prova teòrica final.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	16	0,64	2, 3, 7, 8, 10, 11, 12, 14
Pràctiques	16	0,64	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Seminaris	16	0,64	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Tipus: Supervisades			
tutories individuals i en grup	7,5	0,3	1, 5, 7, 8, 10, 14

Avaluació

El sistema d'avaluació de l'assignatura està basat en els següents percentatges:

A) 40% Control de coneixement: prova teòrica final. El test haurà d'estar aprovat (5 o més) per superar l'assignatura (condició indispensable).

B) 30% Realització i presentació dels exercicis pràctics.

C) 30% Realització de la pràctica final.

$A(40\%) + B(30\%) + C(30\%) = 100\%$ NOTA FINAL DE L'ASSIGNATURA

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Reavaluació

a) Segons normativa per poder participar al procés de recuperació, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat almenys 2/3 del total d'activitats avaluables de l'assignatura i haver obtingut almenys un 3,5 de nota mitjana ponderada de l'assignatura.

b) Només es pot recuperar la teoria si l'alumne/a ha obtingut a la prova teòrica una nota entre 3,5 i 4,9. La prova de recuperació consistirà en una prova escrita d'avaluació de coneixements teòrics.

c) L'alumnat que hagi tret una D a una de les pràctiques ja sigui perquè ha suspès o perquè no l'hagi presentat (sempre que sigui per raons acreditades o acceptables per l'equip docent) tindrà opció a presentar-se a la seva recuperació durant el període establert *ad hoc*. La recuperació de cada pràctica consistirà en la resolució d'un cas o problema de gestió de la RSC a l'aula (dia i hora a determinar).

d) El treball final de l'assignatura (30%) és un treball avaluable que no es podrà recuperar en cas de suspendre'l. La raó és perquè fer un treball d'aquestes característiques resulta pràcticament impossible amb el temps del que disposem.

IMPORTANT

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

PLAGI

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Presentació treball final	30%	2,25	0,09	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16
Prova escrita	40%	2	0,08	1, 2, 3, 7, 8, 10, 11, 12
Pràctiques	30%	2,25	0,09	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

Barrio, Estrella; Enrique, Ana-María. (2021). The strategic value of corporate social responsibility (CSR): the present and future of its management. *Profesional de la información*, v. 30, n. 3, e300312.

<https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.12>

Barrio, Estrella. (2019). *Responsabilidad Social Corporativa. De la noción a la gestión*. Barcelona: UOC.

<https://elibro.net/es/ereader/uab/105597>

Barrio, Estrella. (2018). La gestión de la responsabilidad social corporativa: Propuesta de un modelo teórico. *Questiones publicitarias*, Vol. 1, n.º 22, pp. 59-68,

<https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/349285>

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

Barrio, Estrella & Enrique, Ana María. (2020) El gestor de la Responsabilidad Social en las empresas: dircom vs dirse. *VII Congreso Internacional AE-IC*. València. <https://ddd.uab.cat/record/238193>

Barrio, Estrella & Enrique, Ana María. (2018) Responsabilidad social corporativa. Estudio sobre la identificación y clasificación de los stakeholders. *AD Research ESIC (International Journal of Communication Research)*, n° 17 Vol. 17, Primer semestre, enero-junio 2018, págs. 90-109.

<https://doi.org/10.7263/adresic-017-02>

Barrio, Estrella. (2018). RSC: un concepto multidimensional. En *Aspectos legales, retos y reflexiones para el desarrollo de la responsabilidad social: memoria académica curso 2017-2018* (pp.91-112). Madrid:

Universidad Pontificia Comillas

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ifUqEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA91&ots=VwjL7JAL4T&sig=6dYUrBI>

Barrio, Estrella & Enrique, Ana María. (2017) The CSR Management process. Case Study. *Revista Latina de Comunicación*, 72, pages 1063-1084 [10.4185/RLCS-2017-1208en](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1208en)

Barrio, Estrella & Enrique, Ana María. (2015) La responsabilidad social corporativa en las empresas y su relación con los públicos de interés: los casos de Unilever y Nestlé. *Revista AD Research ESIC*, n° 11, primer semestre enero junio-julio, págs. 26-39 <https://doi.org/10.7263/adresic-011-02>

Benavides, Juan & Montfort, Abel. (2015). *Comunicación y empresa responsable*. Madrid: Eunsa.

Carroll, Archie, B. (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295 <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>

Dirse (2019). *II Estudio de la función dirse en la empresa española*. Madrid: Asociación Española de Directivos de Res-ponsabilidad Social (Dirse).

https://www.dirse.es/wp-content/uploads/2019/05/190509-DIRSE_Estado-de-la-profesion-2019_LARGO_V3.pdf

Enrique, Ana María & Morales, Francisca. (2015). *Somos estrategas. Dirección de Comunicación Empresarial eInstitucional*. Barcelona: Gedisa.

Freeman, R. Edward. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman

Kotler, Philip; Hessekiel, David & Lee, Nancy R. (2012). *Lo Bueno funciona*. Madrid: Editorial LID.

Marín, Francisco. (2008): *Responsabilidad social corporativa y comunicación*. Madrid: Fragua.

Monfort, Abel; Villagra, Nuria; López-Vázquez, Belén (2019). Exploring stakeholders' dialogue and corporate social responsibility (CSR) on Twitter. *Profesional de la información*, v. 28, n. 5, e280513.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.13>

Valbuena, Esther & Monfort, Abel. (2020). *Ética, deontología y responsabilidad social empresarial*. Madrid: ESIC

Villagra, Nuria, Cárdbaba, Miguel A. M. & Ruiz San Román, José A. (2016). Communicating Corporate Social Responsibility: re-assessment of classical theories about fit between CSR actions and corporate activities. *Communication & Society*, 29(2), 133-146. <https://doi.org/10.15581/003.29.2.133-146>

Programari

Word, Power Point i Excel.