

Responsabilidad Social Corporativa

Código: 104788
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503868 Comunicación de las Organizaciones	OB	3	1

Contacto

Nombre: Estrella Barrio Fraile

Correo electrónico: estrella.barrio@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Otras observaciones sobre los idiomas

Los trabajos de prácticas y el trabajo final realizados por el alumnado se pueden entregar en catalán o en castellano.

Equipo docente

Jose Salvat Sangra

Prerequisitos

No es necesario ningún requisito previo.

Objetivos y contextualización

- Conocer la disciplina desde sus fundamentos teóricos, conceptualización y orígenes históricos.
- Definir qué es la responsabilidad social corporativa y saber identificar sus dimensiones y sus áreas temáticas.
- Conocer cómo se gestiona la RSC de manera estratégica y transversal en la organización.
- Saber identificar los diferentes stakeholders y cómo establecer vías de diálogo con ellos.
- Conocer la dimensión profesional de la actividad en España y en el mundo.
- Abordar la comunicación estratégica de la RSC

En definitiva, se trabajará la RSC como un elemento estratégico y transversal en la organización que implique a todos los departamentos y que dé respuesta a los intereses de todos los stakeholders, por lo que el diálogo entre empresa y stakeholders es fundamental.

El objetivo final de esta materia es introducir al alumnado en un proceso de formación y capacitación que le facilite el acceso al perfil profesional encargado de liderar la RSC en las organizaciones (dircom o dirse).

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Analizar y evaluar la estructura de los distintos tipos de organizaciones, de los medios de comunicación y de la relación entre ambos.
- Demostrar capacidad de liderazgo, negociación y trabajo en equipo.
- Establecer objetivos de comunicación y diseñar y aplicar las estrategias más adecuadas para la comunicación de las organizaciones y sus trabajadores, clientes y usuarios y la sociedad en general.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Trabajar de acuerdo con la deontología profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a nuevas situaciones relacionadas con un entorno profesional en continua transformación, motivado por los cambios sociales, económicos, políticos y tecnológicos.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
4. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
5. Defender oralmente y por escrito los argumentos de la organización y de sus dirigentes para explicar a la competencia, pero también a todo tipo de públicos, sus objetivos, funciones e idea de servicio a la sociedad.
6. Demostrar capacidades de liderazgo e iniciativa.
7. Demostrar conciencia ética en la aplicación y la gestión de la responsabilidad social corporativa para mejorar el entorno laboral y la incidencia social de la organización en su ámbito geográfico de desarrollo.
8. Dominar los temas para la elaboración del plan de responsabilidad social corporativa de la organización.
9. Generar ideas creativas en su entorno de desarrollo profesional.
10. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
11. Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad.
12. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
13. Identificar y describir los objetivos de responsabilidad social corporativa de las organizaciones, para conseguir ventajas competitivas respecto de sus públicos externos e internos.
14. Planificar y ejecutar proyectos académicos en el ámbito de la comunicación estratégica a partir de la creación de planes responsabilidad social corporativa.
15. Proponer nuevos métodos o soluciones alternativas fundamentadas.
16. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.

Contenido

TEMA 1: Contextualización de la Responsabilidad Social Corporativa
 El valor intangible de las organizaciones
 Causas de la demanda actual de RSC

TEMA 2: Conceptualización de la Responsabilidad Social Corporativa
 Conceptualización y definición de la RSC
 Origen y evolución de la RSC
 Principios, dimensiones y stakeholders

TEMA 3: Otras manifestaciones sociales en las organizaciones
 Acción social: donaciones, fundaciones, voluntariado corporativo
 Filantropía corporativa
 Marketing con causa

TEMA 4: Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa
 Proceso de gestión de la RSC
 Fase de evaluación del entorno
 Fase de planificación
 Fase de implementación
 Fase de seguimiento y control
 Fase de comunicación
 Fase de feedback

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

*El contenido de la asignatura será sensible a aspectos relacionados con la perspectiva de género. Se incluirá la perspectiva de género en el análisis de la figura del o de la responsable de la RSC.

Metodología

Exposición detallada de los contenidos teóricos del temario, especialmente de todos los conceptos que se imparten en esta materia. De esta manera, el alumnado dispondrá de una base teórica que le permitirá realizar, a posteriori, las actividades de aprendizaje planificadas. Respecto a las sesiones prácticas, la clase se dividirá en subgrupos para poder hacer un trabajo más personalizado con los tutores de seminario o prácticas. En estas sesiones de prácticas se realizarán ejercicios en grupo, planteados en clase, directamente relacionados con los temas concretos según se vayan impartiendo. En estos ejercicios se implementará el método de aprendizaje-servicio, el método del estudio de caso, la resolución de problemas de comunicación y/o la lectura, análisis y puesta en común de los artículos especializados que la profesora considere de interés para la materia tratada. Como colofón a la asignatura el alumnado realizará una práctica final basada en el estudio de una experiencia real de gestión de la responsabilidad social corporativa en una organización. Este trabajo final se hará también en grupo (con el mismo grupo formado a las sesiones prácticas). De esta manera el alumnado contrastará en la praxis el conocimiento teórico explicado en clase.

El alumnado dispondrá en el campus virtual de links de contenido complementario para cada bloque temático. Estos materiales deberán ser leídos y revisados con antelación tanto para hacer las prácticas como para preparar la prueba teórica final.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	16	0,64	3, 2, 7, 8, 13, 10, 11, 14
Practices	16	0,64	1, 3, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 10, 11, 12, 14, 15, 16

Seminarios	16	0,64	1, 3, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 10, 11, 12, 14, 15, 16
Tipo: Supervisadas			
tutorías individuales y en grupo	7,5	0,3	1, 5, 7, 8, 13, 14
Tipo: Autónomas			
estudio personal y realización de trabajos	88	3,52	3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 10, 12, 14, 15, 16

Evaluación

El sistema de evaluación de la asignatura está basado en los siguientes porcentajes:

- A) 40% Control de conocimiento: Prueba teórica final. El test deberá estar aprobado (5 o más) para superar la asignatura (condición indispensable).
- B) 30% Realización y presentación de los ejercicios prácticos.
- C) 30% Realización de la práctica final.

$$A(40\%) + B(30\%) + C(30\%) = 100\% \text{ NOTA FINAL DE LA ASIGNATURA}$$

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Reevaluación

- a) Según normativa para poder participar en el proceso de recuperación el alumnado debe haber sido previamente evaluado al menos 2/3 del total de actividades evaluables de la asignatura y haber obtenido al menos un 3,5 de nota media ponderada de la asignatura.
- b) Sólo se puede recuperar la teoría si el o la alumno/a en la prueba teórica ha obtenido una nota entre 3,5 y 4,9. La prueba de recuperación consistirá en una prueba escrita de evaluación de conocimientos teóricos.
- c) El alumnado que haya sacado una D en una de las prácticas ya sea porque ha suspendido o porque no la haya presentado (siempre que sea por razones acreditadas o aceptables por el equipo docente) tendrá opción a presentarse a su recuperación durante el periodo establecido adhoc. La recuperación de cada práctica consistirá en la resolución de un caso o problema de gestión de la RSC en el aula (día u hora a determinar).
- d) El trabajo final de la asignatura (30%) es un trabajo evaluable que no se podrá recuperar en caso de suspenderlo. La razón es porque resulta prácticamente imposible la realización de otro trabajo de estas características con el tiempo del que disponemos.

IMPORTANTE

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias

PLAGIO

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Presentación trabajo final	30%	2,25	0,09	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 12, 14, 15, 16

Prueba escrita	40%	2	0,08	1, 3, 2, 7, 8, 13, 10, 11
Prácticas	30%	2,25	0,09	1, 3, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 13, 10, 11, 12, 15, 16

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

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>

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

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)*, nº 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*, nº 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>

Software

Word, Power Point y Excel.