

**PLAN DOCENTN DE
LA ASIGNATURA**

- **RESPONSABILIDAD
SOCIAL DE LAS
ORGANIZACIONES**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Nombre de la asignatura: Responsabilidad Social de las Organizaciones

Curso académico: 2015-2016

Curso: 4º

Trimestre: 2º

Titulación / Estudios: Grado en Negocios y Marketing Internacional

Código de la asignatura: 44311

Número de créditos: 4

Número total de horas de dedicación: 100

Lengua de docencia: castellano

Profesorado: Xavier Carbonell

Horario:

Grupo 1

Lunes magistral 16:00 – 18:15

Jueves seminarios 101 17:20-18:15 / 102 15:20 – 16:15 / 103 17:20 - 18:15

Grupo 2

Lunes magistral 18:30 – 20:45

Jueves seminarios 201 20:30–21:25 / 202 18:30-20:25 / 203 19:30-20:25

Hora Tutoría: Lunes 15:00 – 16:00

2. Presentación de la asignatura

La responsabilidad social se ha convertido en los últimos años en uno de los aspectos importantes de la gestión en la empresa y en la de cualquier tipo de organización. Los aspectos sociales y laborales, de respecto a los derechos humanos y medioambientales se han situado, por su importancia, en el eje de los debates tanto internos como externos en las diferentes organizaciones y foros.

La asignatura de Deontología Empresarial tiene como objetivo dar a conocer con profundidad todos estos aspectos, dentro de un marco de referencia internacional, así como su aplicación a las diferentes organizaciones y especialmente en el ámbito empresarial.

3. Competencias a lograr en la asignatura

Competencias generales	Competencias específicas
<p style="text-align: center;">Instrumentales</p> <p>G.I.6. Capacidad de elaboración, presentación y defiende de argumentos.</p> <p style="text-align: center;">Genéricas personales</p> <p>G.P.3. Profundo sentido y compromiso moral y ético. G.P.4. Espíritu crítico.</p>	<p style="text-align: center;">Profesionales</p> <p>E.P.1. Capacidad para entender las decisiones de los agentes económicos y su interacción en los mercados. E.P.5. Capacidad para la toma de decisiones empresariales estratégicas que tengan en cuenta los condicionantes económicos, culturales, sociales y políticos específicos de cada zona. E.P.6. Capacidad para entender y utilizar los principales esquemas jurídicos que regulan las relaciones comerciales con los países de la UE. E.P.7. Ilustrar la realidad empresarial mediante actividades como visitas y conferencias de directivos o elaboración de casos prácticos. E.P.12. Capacidad crítica para aplicar a contextos locales información, conocimiento o principios de naturaleza más global. E.P.13. Mejorar en la capacidad de comunicación y negociación, tanto oral como escrita.</p>

Las competencias relacionadas anteriormente se han elaborado partiendo o tomando como base las competencias básicas recogidas en el RD 1393/2007, a saber:

- a. competencia para la comprensión de conocimientos, partiendo de la base de la educación secundaria general;
- b. competencia para la aplicación de conocimientos al trabajo diario en la gestión o el marketing internacionales, en particular, la competencia de elaboración y defiende de argumentos y la resolución de problemas
- c. competencia para reunir e interpretar datos relevantes que permita emitir juicios reflexivos sobre la realidad económica y social
- d. competencia para comunicarse y transmitir información (ideas, problemas,

soluciones) a públicos especializados y no especializados
y. competencia para desarrollar actividades de aprendizaje de forma relativamente autónoma.

Con objeto de establecer una interrelación entre las competencias básicas y las desarrolladas para el grado propuesto, se procede a una agrupación de las mismas en base a dos criterios. En un primer grupo, se relacionan aquellas competencias que se pueden considerar un desarrollo o concreción de las competencias básicas del RD 1393/2007. En un segundo grupo se presentan las competencias que se consideran importantes para definir el perfil profesional del graduado y que hacen referencia a aptitudes o actitudes específicas que van más allá de las competencias básicas mencionadas anteriormente. En los dos casos, se distingue entre las competencias generales y las competencias específicas.

Competencia básica: **comprensión de conocimientos**

II. Competencias específicas E.P.1, E.P.6

Competencia básica: **aplicación de conocimientos**

II. . Competencias específicas E.P.12

Competencia básica: **comunicarse y transmitir información**

I. Competencias generales G.I.6

II. . Competencias específicas E.P.13

Competencia básica: **desarrollar actividades de aprendizaje**

I. Competencias generales G.P.4

II. Competencias específicas E.12

Competencias que definen el perfil profesional no incluidas en las básicas

En general, las competencias de este grupo tienen en común los siguientes elementos, relacionados entre sí, que son clave para conseguir la profesionalización del estudiante en el ámbito de los negocios y el marketing internacionales:

- capacitar al estudiante para su adaptación a equipos y entornos dinámicos
- capacitar al estudiante porque cree su propia visión integral del funcionamiento de un negocio o proyecto de marketing internacional
- capacitar al estudiante para la toma de decisiones complejas y los procesos de negociación

II. Competencias específicas E.P.5, I.7

Competencias que definen el perfil profesional no incluidas en las básica

Competencias propias de la asignatura

Capacidad para reflexionar sobre las situaciones de conflicto de intereses generadas por la actividad empresarial. Capacidad para equilibrar las finalidades de la empresa con la protección del bienestar general. Capacidad de diálogo con los diversos agentes sociales.

4. Contenidos

✓ **PROGRAMA**

- 1) INTRODUCCIÓN Y CASOS De empresa.
- 2) CONCEPTOS BÁSICOS De ÉTICA: EL RELATIVISMO
- 3) La ÉTICA EN LOS NEGOCIOS Y LAS ORGANIZACIONES.
- 4) RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. CONCEPTO, HISTORIA, EVOLUCIÓN Y ÁMBITO De APLICACIÓN.
- 5) PARTES INTERESADAS. CONCEPTO Y RELACIÓN CON LAS ORGANIZACIONES.
- 6) CÓDIGOS ÉTICOS Y CÓDIGOS DE CONDUCTA: CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS Y VERIFICACIÓN. SISTEMAS DE GESTIÓN SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL.
- 7) La ACCIÓN SOCIAL COMO PARTE DE LA *RSC.
- 8) LA COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE SUS POLÍTICAS DE *RSC. MEMORIAS DE SOSTENIBILIDAD. EL TRIPLE BALANCE.
- 9) ÁMBITOS, EVOLUCIÓN Y EN TORNO INTERNACIONAL DE LA *RSC. MARC DE REFERENCIA. ORGANISMOS. ACUERDOS, NORMATIVAS Y RECOMENDACIONES.
- 10) La ECONOMÍA ALTERNATIVA COMO RESPUESTA A LOS PROBLEMAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL.
- 11) LOS ÍNDICES BURSÁTILES SOSTENIBLES Y LOS FONDOS De INVERSIÓN ÉTICOS.
- 12) EL GOBIERNO CORPORATIVO EN EMPRESAS Y ORGANIZACIONES.
- 13) LA *RSC EN DIFERENTES SECTORES Y ACTIVIDADES (MARKETING Y PUBLICIDAD, USUARIOS Y CONSUMIDORES, ADMINISTRACIONES, TURISMO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, Etc.).

5. Evaluación

La calificación del curso se basará en diferentes actividades de evaluación continua así como un examen final que evaluarán el grado de consecución de las diferentes competencias trabajadas durante el curso. Los elementos de evaluación son:

Evaluación continua

- Evaluación de las diversas actividades y participación en los seminarios que pueden ser individuales o a nivel de grupo (40%). Las actividades están indicadas en el apartado de la programación de actividades. Se requiere una nota mínima global de 4 sobre 10 de evaluación continua para presentarse al examen final (evaluación de síntesis). En caso de no asumir este mínimo, la calificación global del curso será la nota de las actividades de evaluación continua y el estudiante no se podrá presentar al examen de recuperación.

Evaluación de síntesis

- Un examen final (60%). Se requiere una nota mínima de 4 sobre 10 en el total del examen final a efectos de hacer media con la nota de evaluación continua. En caso de no asumir este mínimo, la calificación global del curso será la nota del examen final. Para aprobar la asignatura hay que obtener más de 5 puntos en la media ponderada de las dos actividades de evaluación.

El resumen del sistema de evaluación se muestra en la siguiente mesa:

Elementos de evaluación	Período temporal	Tipos de evaluación		Agente evaluación			Tipos actividad	Agrupamiento		Peso (%)
		Obl	Opt	Docente	Autoeval	Coeval			Obl	
AC	Seminarios continuos	X		X			AC	Seminarios continuos	X	
EF	Evaluación continua	X		X			EF	Evaluación continua	X	

Examen de recuperación

- Sólo pueden acceder al examen de recuperación los estudiantes que hayan suspendido el examen final y que tengan más de 4 puntos en las actividades de evaluación continua. La recuperación afecta exclusivamente al examen final y las calificaciones de evaluación continua se mantienen. Por lo tanto la nota global del curso en caso de acceder al examen de recuperación será:

Evaluación continua (calificaciones obtenidas durante el trimestre), 40%
Examen de recuperación, 60%

6. Bibliografía y recursos didácticos

✓ BIBLIOGRAFÍA

1) LIBROS Y ARTÍCULOS

- Ayllón, José Ramón. *Ética razonada*. Ediciones Palabra, S.A. 1998. Colección libros mc.
- Law, Stephen. *Filosofía*. Espasa Calpe, S.A. 2008
- Spaemann, Robert. *Ética cuestiones fundamentales*. Ediciones universitarias de Navarra, S.A. 2005.
- Camacho, Idefonso; Fernández, José Luis; Miralles, Josep. *Ética de la empresa*. Centros Universitarios de la Compañía de Jesús. Desclée. Septiembre 2002.
- Lozano, Josep Maria. *Ética y empresa*. Editorial Trotta, S.A. 1999.
- Argandoña, Antonio. *Ética y responsabilidad social en la empresa: ¿Cuáles son sus retos?* Publicaciones de la Cátedra Economía y Ética.
- Klein, Naomi. *No Logo*. Editorial Paidós. 1999.
- Ajuntament de Barcelona / PriceWaterhouseCoopers. *Les empreses i la responsabilitat social corporativa. Guies d'educació ambiental*. 2006.
- Bakan, Joel. *La Corporación*. Ediciones Robinbook. 2004.
- Melé, Domènec. *Ética en la dirección de empresas*, Folio, Barcelona, 1997
- Lozano, J. Félix . *¿Qué es la ética de la empresa?*. Editorial Proteus.2011
- Carnegie, Andrew. *Advantages of poverty*. Executive Books. 2004
- Carnegie, Andrew. *The gospel of wealth*. Martino publishing. 2010
- Bowen, Howard R. *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa press. 2013
- Weber, Max . *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Ediciones Istmo, S.A.. 1998.
- Comisión de las comunidades europeas. *Libro verde. Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas*. Julio 2001.
- Comisión de las comunidades europeas. *Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas*. Octubre 2011.
- Stiglitz, Joseph E. *El malestar en la globalización*. Abril 2002.
- Alvarez Civantos, Oscar. *Mercado sostenible y responsabilidad social*. Editorial Comares. 2006.

- Sala, Xavier. *Economía liberal para no economistas y no liberales*. Deria Editors. Barcelona 2001.
- Albareda, Laura; Balaguer, Maria Rosario; Murillo, David. *Observatorio 2011 de la Inversión Socialmente Responsable en España*. Instituto de Innovación Social (Esade). 2011
- ONU. *Informe Bruntland* (Ago.1987). Informe de la Comisión Mundial sobre Medioambiente y desarrollo.
- Folch, Ramón. *La quimera de créixer*. RBA Llibres, S.A. 2011
- Carson, Rachel L. *Primavera silenciosa*. Crítica, S.L. 2001
- Welzer, Harald. *Guerras climáticas. Por qué mataremos (y nos matarán) en el siglo XXI*. Katz Editores. 2010.
- Diamond, Jared. *Colapso*. Editorialdebolsillo, 2013
- Mohn, Reinhard. *La responsabilidad social del empresario*. Galaxia Güttemberg. Círculo de lectores. 2005.
- Muschett, F. Douglas. *Principios de desarrollo sostenible*. Aenor. 1998
- Meadows, Donella H. Dennis L.Meadows . Jørgen Randers. William W. Behrens III. *The limits to growth*. Potomac associates book. 1972.
- Meadows, Donella H. *Los límites del crecimiento 30 años después*. Galaxia Güttemberg. 2006
- Rawls, John. *Teoría de la justicia*. S.L. Fondo de cultura económica de España. 1999
- George, Susan. *El informe Lugano*. Editorial Icaria. 2001
- Hawken, Paul. *La ecología del comercio*. Centro Félix Varela. 1999

2) REVISTAS

- Compromiso empresarial. Fundación Compromiso y transparencia. www.compromisoempresarial.com
@Compromiso_Empr
- Corresponsables. Media Responsable, S.L. www.corresponsables.com
@corresponsables
- Compromiso RSE. Custommedia, S.L. www.compromisorse.com
@compromisorse
- Ethic. Corrientes circulares, S.L. www.ethic.es @Ethic

3) REPORTAGES y PELÍCULAS

- Gore, Al. *Una verdad incómoda*. Paramount classics.
- Peled, Micha X. *China blue*. Documentales FNAC.

- Spurlock, Morgan. *Super Size me*. Tartan Films.
- Arthus-Bertrand, Yann. *Home*. Karma Films.
- Achbar, Mark y Abbot, Jennifer. *The corporation*. Big Picture Media Corporation.
- Ferguson, Charles. *Inside Job*. Sony Pictures Classics.

4. PÁGINAS WEB - TWITTER

- Pacto Mundial: www.pactomundial.org @Pactomundial
- Global Compact: www.unglobalcompact.org @globalcompact
- Global Reporting (GRI): www.globalreporting.org @GRI_Secretariat
- International Labour Organization: www.ilo.org @ILONEWS
- Responsabilitat Global: <http://responsabilitatglobal.blogspot.com/>
- Cátedra RSC MANGO/ESCI: <http://mango.esci.es>
- Fundación Ecodes: <http://www.ecodes.org> @ecodes
- Fundación Entorno: <http://www.fundacionentorno.org>@FundacEntorno
- Club de excelencia en Sostenibilidad: <http://www.clubsostenibilidad.org>@csostenibilidad
- Cátedra ETHOS/Ramón Llull: [@CatedraEthos](http://www.url.edu/ethos)
- Cátedra "la Caixa" de RSE y Gobierno Corporativo: <http://www.iese.edu/es/Research/CentersandChairs/Chairs/CatedraLaCaixa/Home/Home.asp>

7. Metodología

Las actividades de enseñanza/aprendizaje serán las siguientes:

- Presencial en el aula con el grupo completo (sesiones magistrales). En cada clase se explicará un tema. Serán 10 clases utilizando metodología de clase magistral.
- Presencial en el aula con los subgrupos – seminarios. En cada clase se hará una o más actividades que pueden ser: la discusión de un caso de estudio, la presentación de opiniones y/o conclusiones sobre lecturas/reportajes leídos o vistos previamente, la participación en un debate sobre un tema en concreto (ver programación de actividades al siguiente apartado). Así mismo requerirá la entrega del material expuesto, que servirá también para evaluar cada seminario conjuntamente con la presentación del mismo.
- Dirigido fuera del aula, de manera individual. Para cada tema el alumno tiene que realizar las lecturas indicadas, así como la preparación de las actividades en grupo

o individuales (ver programación de actividades al siguiente apartado).

- Dirigido fuera del aula, en grupo (a determinar en función del número final de alumnos de la asignatura). Los casos de estudio especificados tendrán que ser preparados y presentados en grupo.

- Autónomo fuera del aula, individual o en equipo,. El alumno puede también aprender de forma autónoma consultando otras fuentes, como por ejemplo la bibliografía adicional.

8. Programación de actividades

TEORÍA		PRÁCTICA		
DÍA	CONTENIDO	TRANSPARENCIAS/TIEMPO	DÍA	CONTENIDO
11/01	Tema 1: Introducción y casos de empresa (teoría).	(Trans p.1 a 128) = 2h		
18/01	Temas 1 y 2: Introducción y casos de empresa + principios básicos de ética. (Teoría).	(Trans p. 1-168) = 2h	21/01	Temas 1 y 2: Introducción y casos de empresa + principios básicos de ética. (Práctica).
25/01	Temas 3,4 y 5: La ética en los negocios y en las organizaciones + la responsabilidad social corporativa, concepto y ámbito de aplicación + partes interesadas, concepto y relación con las organizaciones. (Teoría).	(Trans p. 169 -225) = 2h	28/01	Temas 3,4 y 5: La ética en los negocios y en las organizaciones + la responsabilidad social corporativa, concepto y ámbito de aplicación + partes interesadas, concepto y relación con las organizaciones. (Práctica).
01/02	Visionar "The Corporation" y "no a la abanica". (Teoría y práctica).	2h	04/02	Práctica reportajes "The Corporation" y "no a la abanica". (teoría y práctica) día anterior
08/02	Tema 6: Códigos éticos y códigos de conducta: concepto, características y verificación, sistemas de gestión social y medioambiental. (Teoría).	(Trans p. 226 -301) = 2h	11/02	Tema 6: Códigos éticos y códigos de conducta: concepto, características y verificación, sistemas de gestión social y medioambiental. (Práctica).
15/02	Visita y debate abierto e individual con externos (auditores, etc.).	2h	18/02	Práctica presentación y debate día anterior
22/02	Temas 7 y 8: La acción social como parte de la RSC + comunicación de	(Trans p. 301 -378)	25/02	Temas 7 y 8: La acción social como parte de la RSC + comunicación de

	las políticas de responsabilidad social / Memorias de sostenibilidad / El triple balance. (Teoría).	= 2h		las políticas de responsabilidad social / Memorias de sostenibilidad / El triple balance. (Práctica).
29/02	Tema 9: Entorno internacional de la RSC social y financiero / El marco de referencia / Organismos, acuerdos, normativas y recomendaciones. (teoría).	(Trans p. 379 -466) = 2h	03/03	Tema 9: Entorno internacional de la RSC social y financiero / El marco de referencia / Organismos, acuerdos, normativas y recomendaciones. (práctica).
07/03	Temas 10, 11 y 12: La economía alternativa como respuesta a los problemas del comercio internacional + Los índices bursátiles sostenibles y los fondos de inversión éticos + Gobierno corporativo en empresas y organizaciones+ conclusiones + repaso examen. (teoría).	(Trans p. 467-508) = 2h	10/03	Temas 10, 11 y 12: La economía alternativa como respuesta a los problemas del comercio internacional + Los índices bursátiles sostenibles y los fondos de inversión éticos + Gobierno corporativo en empresas y organizaciones+ conclusiones + repaso examen. (práctica).
14/03	Tema 13: La RSC en otras actividades y ámbitos (marketing y publicidad, usuarios y consumidores, administraciones, turismo, prensa, etc.). (teoría).	(Trans p. 509 -526) = 2h	17/03	Tema 13: La RSC en otras actividades y ámbitos (marketing y publicidad, usuarios y consumidores, administraciones, turismo, prensa, etc.). (práctica).
	TOTAL HORAS teoría	20		TOTAL HORAS práctica = 9

RELACIÓN DE MATERIAL ASOCIADO A CADA CLASE TEÓRICA/PRÁCTICA

DÍAS	TEMAS	MATERIAL (P = principal / A = adicional) Todo el material está relacionado a través de links en las transparencias.
Días 11, 18 y 21 /01	Temas 1 y 2	1) "Ética razonada" / José Ramón Ayllón (p) 2) "Texto de Francesc Torralba" (p) 3) "la enseñanza de la ética por el método del caso" / Antonio Argandoña (a)
25 y 28/01	Temas 3,4 y 5	1) Ética en la empresa (ninguno. 1) / Josep Miralles (p) 2) "Ética y responsabilidad social de la empresa Qué son los retos?" / Antonio Argandoña (p) 3) "Milton Friedmann" / Antonio Argandoña (p) 4) "Ética y empresa" / Domènech Melé (p)

		<p>5) "La ética como criterio de gestión" / Antonio Argandoña (a)</p> <p>6) La ética y la toma de decisiones en la empresa / Antonio Argandoña (p)</p> <p>7) La ética en la economía y en las organizaciones es posible una integración efectiva? / Antonio Argandoña (a)</p> <p>8) Economía liberal por no economistas y no liberales / Xavier Sala (p)</p> <p>9) LIBRO VERDE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las emprendidas / COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (p)</p> <p>10) Estrategia renovada de la UE por 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las emprendidas /COMISIÓN EUROPEA (p)</p> <p>11) Entrevista a Edward Freemann / Compromiso empresarial (p)</p>
01 y 04/02		1) Película/películas (p)
08 y 11/02	Tema 6	1) Códigos de diferentes empresas y sectores: Cortefiel, Gap, Nike, Walt Disney, Lego (p)
15 y 18/02		1) Presentación externa
22 y 25/02	Temas 7 y 8	<p>1) Entrevista James Austin "Si quiere hacer caridad, cree empresas" / La Vanguardia (p)</p> <p>2) Artículo de Ramón Jáuregui "Acción social y RSC" (p)</p> <p>3) Artículo de Josep María Lozano "Es tiempo de aclarar" (p)</p>
29/02 y 03/03	Tema 9	<p>1) Principios rectores sobre las empresas y los derechos humanos / John Ruggie (a)</p> <p>2) Las nuevas reglas del juego / Forética RSEARCH (a)</p>
07 y 10/03	Temas 10,11 y 12	<p>1) Entrevista a Muhammad Yunus (p)</p> <p>2) Revista Triodos (a)</p> <p>3) ESADE observatorio 2011 de la inversión socialmente responsable (c)</p> <p>4) "la responsabilidad social de las instituciones "microfinancieras" / Antonio Argandoña (p)</p> <p>5) "La dimensión ética de las *microfinanzas" Antonio Argandoña (a)</p> <p>6) Responsabilidad social y creación de valor para el accionista Objetivos contrapuestos o complementarios? (p)</p> <p>7) Entrevista a Rodrigo Baggio / La Vanguardia (a)</p>
14 y 17/03	Tema 13	<p>1) Artículo código mundial sobre el turismo (c)</p> <p>2) Código Paos (código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud) (c)</p> <p>3) Otros códigos (c)</p>