

Curso Académico: (2017 / 2018)

Fecha de revisión: 29-03-2017

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ZARRAGA OBERTY, CELIA MARIA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Para realizar este curso no se asume que el estudiante tenga ningún conocimiento anterior sobre Responsabilidad Social Corporativa.

OBJETIVOS

Al finalizar este curso, los estudiantes serán capaces de:

- Describir, clasificar, estructurar y combinar los conceptos, teorías y métodos relacionados con la Responsabilidad Social.
- Identificar temas medioambientales y sociales relevantes dentro de la empresa, y aprender a enfrentarlos.
- Analizar y sintetizar problemas concretos de gestión empresarial y ser capaz de hacer una crítica constructiva sobre los mismos.

En términos generales, en este curso se desarrolla la capacidad de reflexión de los estudiantes, ayudándoles a trabajar: (1) pensamiento sistémico; (2) pensamiento crítico; y (3) pensamiento ético.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Contenidos del curso:

1. El reto de la globalización y el papel de las corporaciones en la sociedad.
2. Teorías de Management y prácticas de gestión: grupos de interés.
3. Retos del Gobierno Corporativo.
4. Gobierno global y el binomio global-local en la corporación.
5. Oportunidades de sistemas de negocio: el papel de la sociedad civil.
6. Oportunidades de negocio sociales.
7. Retos estratégicos y el papel de los líderes responsables.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Se trata de un curso basado, principalmente, en la discusión. Se propondrá a los estudiantes el análisis de casos reales sobre tópicos complejos sobre los cuales deberán debatir. Se buscará explorar en las perspectivas teóricas, para aplicarlas a los estudios de caso específicos. Se espera que los estudiantes preparen las sesiones con anterioridad haciendo uso de los materiales facilitados para ello.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación se basa en los siguientes criterios:

CONVOCATORIA ORDINARIA:

(40%) Evaluación continua basada: presentaciones de los alumnos, estudios de casos y un proyecto final (en grupo).
(60%) Examen final. Para superar la asignatura será necesario obtener una puntuación de 4 sobre 10 en el examen final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA. La nota será la más favorable de entre las dos alternativas siguientes:

Alternativa 1.

(40%) Evaluación continua basada: presentaciones de los alumnos, estudios de casos y un proyecto final (en grupo).

(60%) Examen final. Para superar la asignatura será necesario obtener una puntuación de 4 sobre 10 en el examen final.

Alternativa 2.

(100%) Examen final

Peso porcentual del Examen Final: 60

Peso porcentual del resto de la evaluación: 40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Crane, A. & Matten, D. Business Ethics, Oxford University Press, 2010
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., C., Wicks A., Parmar, B. L., & de Colle, S. Stakeholder Theory: The State of the Art, Cambridge University Press, 2010

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Waddock, S. Leading Corporate Citizens: Vision, Values, Value Added, McGraw-Hill/Irwin, 2008
- Waddock, S. The Difference Makers: How Social and Institutional Entrepreneurs Created the Corporate Responsibility Movement, Greenleaf Publishing, 2008