

Curso Académico: (2017 / 2018)

Fecha de revisión: 26-04-2017

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

Coordinador/a: MONTES SANCHO, MARIA JOSE

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 5.0

Curso : 2 Cuatrimestre : 1

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

El curso no requiere haber cursado asignaturas previas.

OBJETIVOS

Al final del curso, los alumnos deberán ser capaces de:

- ¿ Describir, clasificar, estructurar y combinar los conceptos, teorías y métodos involucrados con la Responsabilidad Social Corporativa y el gobierno corporativo.
- ¿ Aplicar los conceptos, teorías, métodos del curso a casos concretos y ejemplos y desarrollarlas en un marco de una investigación original.
- ¿ Analizar críticamente y sintetizar los problemas concretos a través de la investigación académica dentro de las teorías actuales de gestión y ser capaz de hacer una crítica constructiva de ellos. Esto implica aprender a revisar documentos de investigación académica, presentar y defender tesis de investigación.

En términos generales, este curso trabaja para desarrollar las capacidades reflexivas de los estudiantes tales como: 1) pensamiento conectivo 2) el pensamiento crítico y 3) la ética utilizando las teorías asociadas con la Responsabilidad Social Corporativa como base.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Las malas prácticas de gobierno son tema de conversación frecuente en nuestros días, especialmente a raíz de la crisis financiera y económica que vivimos. Ventas a corto, activos tóxicos, compensaciones excesivas a altos directivos, los famosos paracaídas dorados y multitud de casos de corrupción pueblan nuestras conversaciones. El análisis de los mismos está a menudo asociado a problemas del mal funcionamiento de los mercados y las empresas. Algunos economistas tienden a justificar estas acciones como riesgo moral, pero otros proclaman que estos fenómenos no son más que la punta del iceberg. En la parte sumergida del iceberg están las estructuras de gobierno corporativo que han sido adaptadas a la progresiva desregulación de algunas industrias y la creciente globalización.

La sociedad está empezando a reclamar a administradores y empresas un nuevo ethos corporativo. Un cumplimiento más estricto de la regulación pública y privada y la asunción de responsabilidades relacionadas con nuevos desafíos sociales y ambientales como el cambio climático, la explotación laboral, la seguridad sanitaria, etc.

Este curso está dirigido a mejorar el conocimiento de los fundamentos de la investigación que analizan los problemas del gobierno corporativo y la responsabilidad social de las empresas. Analizaremos preguntas como estas: cómo pueden las empresas hacer frente a los conflictos de intereses entre los diferentes sistemas de valores (por ejemplo, financiero y social)? ¿Qué mecanismo de control de las empresas se puede utilizar para garantizar un comportamiento ético en accionistas y la dirección? ¿Qué modelos de negocios están mejor preparados para hacer frente a problemas sociales y medioambientales como la obesidad el VIH-SIDA o el cambio climático? ¿Cuáles son las responsabilidades de los directivos en estos temas sociales? Exploraremos cómo el gobierno corporativo basado en responsabilidad social se está convirtiendo condición fundamental para la supervivencia del negocio y a veces una ventaja competitiva.

Nuestro curso incluirá la explicación y problematización de algunas teorías centrales de la responsabilidad social de las empresas tales como la ética empresarial, la teoría de los grupos de interés, la teoría del contrato social, la teoría institucional, etc.

Este es principalmente un curso basado en la discusión, donde se introducirá a los alumnos a artículos

académicos que plantean temas complejos.

Algunos de los temas que se analizarán en el curso son:

- La gobernanza mundial y la visión política de la empresa
- Legitimidad como un resultado de la organización: la teoría institucional y la RSE
- La teoría de los grupos de interés
- La creación de valor y los medios de comunicación social
- Ética, epistemología y fronteras de investigación

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Este curso se basa principalmente en la discusión y el debate. En clase se presentarán y debatirán artículos. También habrá profesores invitados especialistas en diversos temas relacionados con el gobierno corporativo que presentarán sus artículos y debatirán con los alumnos. El programa detallado contiene artículos e instrucciones que los estudiantes tendrán que preparar para cada sesión.

El curso contiene 14 módulos.

La mayoría del material se cargará en el Aula Global (AG). El resto del material será responsabilidad del estudiante buscarlo en la biblioteca o Internet. Aula Global será utilizado también para anuncios y ejercicios.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los estudiantes serán evaluados sobre la base de una evaluación continua (40% de la calificación total) y un examen escrito final (60% de la calificación total). La evaluación continua se basará en la participación de los estudiantes en clase y el rendimiento en las distintas tareas. El examen final se basará un trabajo de investigación (60%). El sistema de evaluación para la convocatoria extraordinaria es el mismo que la ordinaria.

Peso porcentual del Examen Final:	60
Peso porcentual del resto de la evaluación:	40

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bansal, P., & Clelland, I. Talking Trash: Legitimacy, Impression Management, and Unsystematic Risk in the Context of the Natural Environment. , *Academy of Management Journal* 47(1): 93-103. , 2004
- Castelló, I., Etter, M., & Nielsen, F. A. Strategies of Legitimacy through Social Media: The Networked Strategy. , *Journal of Management Studies*. 53(3): 402-432., 2015
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., C., Wicks A., Parmar, B. L., & de Colle, S. eds. The problem that Stakeholder Theory Tries to Solve in Stakeholder Theory: The State of the Art., Cambridge University Press. Chapter 1. Pages: 2-29. , 2010
- Matten, D., & Moon, J. Implicit and Explicit CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. , *Academy of Management Review*, 33(2): 404-424. , 2008
- Mena, S., & Palazzo, G. Input and Output Legitimacy of Multi-Stakeholder Initiatives. , *Business Ethics Quarterly*, 22(3): 527-556., 2012
- Mitchell, R. K., Angle, B. R., & Wood, D. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts., *Academy of Management Review*, 22(4): 853-886s., 1997
- Scherer, A. G., & Palazzo The New Political Role of Business in a Globalized World - A Review of a New Perspective on CSR and its Implications for the Firm, Governance, and Democracy., *Journal of Management Studies*, 48(4): 889-931., 2011
- Suchman, M. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. , *Academy of Management Review*, 20(3): 571- 610., 1995
- Whelan, G., et al. Corporations and Citizenship Arenas in the Age of Social Media., *Journal of Business Ethics* 118(1): 777-790., 2013
- den Hond, F., & de Bakker, F. Ideologically Motivated Activism: How Activist Groups Influence Corporate Social Change Activities. , *Academy of Management Review*, 32: 901-924. , 2007