

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 24-04-2023

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

Coordinador/a: DESENDER , KURT ACHIEL

Tipo: Obligatoria Créditos ECTS : 2.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

Fundamentos de Administración de Empresa

OBJETIVOS

El curso presenta una visión general de los conceptos centrales en ética empresarial y responsabilidad social corporativa. Examina las responsabilidades de las corporaciones y los ejecutivos con todos sus grupos de interés, y proporciona una introducción a cómo se incorporan los problemas sociales y ambientales en la estrategia corporativa.

El curso comenzará revisando escándalos corporativos recientes como los de Enron, Arthur Andersen y Xerox. El curso abordará el cambio hacia una nueva gobernanza donde la creación de valor no se rige exclusivamente por los criterios clásicos de la línea de fondo, sino por la triple línea de fondo, es decir, las empresas necesitan tener en cuenta los criterios sociales y ambientales para crear valor también.

En ese sentido, la colaboración o confrontación con los grupos de interés adquiere una nueva dimensión estratégica para la cual se requieren nuevas herramientas. Hasta hace poco, la RSC era mucho más defensiva para evitar cualquier ofensa a los grupos de interés. Sin embargo, historias de éxito como Ben and Jerry's, Starbucks o The Bodyshop abrieron el camino a ideas mucho más ofensivas para crear valor.

El curso cubrirá varios ejemplos de cómo diferentes corporaciones reaccionaron a situaciones de crisis que podrían dañar su desempeño a medio-largo plazo.

Finalmente, los participantes aprenderán sobre el valor compartido y cómo empresas como Nestlé han incluido este modelo en su estrategia corporativa.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Clase 1: Hacia la triple bottom line:

Definición y evolución del concepto de RSE, SRI , stakeholders, Informe de RSC.

Clase 2: Cómo crear valor con stakeholder management - ONG

Clase 3 : Impacto del precautionary principle

Clase 4 : RSE , la sostenibilidad y la estrategia corporativa. Incorporación de la RSE en la gestión y organización

Clase 5 : retos del mundo emergente

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Análisis de Casos

El contenido del curso se aprende mejor a través de la práctica. Los casos de negocios que estudiaremos se refieren a situaciones reales de negocios. Estos casos están diseñados para proporcionarle datos sobre problemas gerenciales de la vida real, y el análisis de casos es útil como una simulación de la actividad gerencial real. Se espera que todos participen de manera efectiva en cada clase para comentar, preguntar y analizar.

Trabajo en Grupo

Discutir casos y preparar análisis fuera de clase ayuda a profundizar su conocimiento sobre el curso. El

trabajo en grupo será esencial para el proyecto principal en grupo.

Examen

SISTEMA DE EVALUACIÓN

25% Exam

75% Trabajo crítico del estudiante (individual y en grupo)

Peso porcentual del Examen Final: 25

Peso porcentual del resto de la evaluación: 75

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bassi, L., Frauenheim, E, and McMurrer, D Good Company: Business Success in the Worthiness Era, Berett-Koehler Publishers, Inc, 2011
- Beer, M., Norrgren, F., and Coauthors Higher Ambition: How Great Leaders Create Economic and Social Value, Harvard Business Review Press, 2011
- Lensen & Smith Corporate Responsibility mainstreaming, Wiley, 2010