ASIGNATURA DE MÁSTER:

RELACIONES CON LA SOCIEDAD

Curso 2016/2017

(Código:25501031)

1.PRESENTACIÓN

El módulo Relaciones con la Sociedad tiene carácter optativo, se imparte en el primer cuatrimestre y consta de 15 créditos desarrollados en los siguientes bloques temáticos:

1. Acción social de la empresa y partenariado
2. Consumo responsable
3. Empresa e innovación social
4. Políticas de RSC en países en desarrollo

2.CONTEXTUALIZACIÓN

En este Módulo se abordan los conocimientos básicos relacionados con la acción social, el nuevo papel de la ciudadanía y los diferentes modelos para el análisis de información y la toma de decisiones; se valora tanto el concepto de ciudadanía aplicada al mercado, como la viabilidad y éxito de las formas de consumo político y las Políticas de RSC en países en desarrollo.

La estrategia de inversión en la comunidad que realiza la empresa es razonable tanto desde el punto de vista social como empresarial, siempre que persiga verdaderamente objetivos sociales en paralelo a los empresariales y se enmarque en una política general de responsabilidad social. A esta estrategia de relación con la comunidad se le denomina “acción social de la empresa” (ASE), así como, entre otras denominaciones, “filantropía empresarial o corporativa". Es una estrategia que debe ser resultado de la combinación de objetivos sociales y económicos, enmarcada en la política general económica, social y medio ambiental de la empresa.

A través de su participación en el mercado, la ciudadanía actúa como motor impulsor de la RSE, ofreciendo incentivos o penalizaciones a las empresas en función de sus resultados sociales o medio ambientales. Esta extensión de la ciudadanía se ha denominado “ciudadanía de mercado”, ya que supone una extensión de la noción clásica de ciudadano a los intercambios económicos. Los ciudadanos de mercado extienden su compromiso civil o político a la esfera económica, haciendo de la contratación de productos o servicios una herramienta de expresión y presión, en definitiva una vía para influir en políticas públicas o privadas.

A la hora de diseñar o evaluar planes, programas o iniciativas en los que empresas, instituciones y ciudadanos interactúan, es crucial entender que la comunicación entre unos y otros agentes no es "transparente", sino que está mediada por distintos factores psicológicos, sociales, lingüísticos, culturales, ideológicos, etcétera. Se revisan algunos de estos factores, con el objetivo básico de que los diagnósticos, planes de comunicación y otras intervenciones en favor de la sostenibilidad y de afianzar un papel positivo para las empresas sean más eficaces.

La empresa social constituyen el ejemplo de empresa responsable que trata de dar de dar soluciones a problemas ambientales y sociales ofertando en el mercado productos y servicios competitivios y responsables. Conocer qué tipos de empresas existen, cómo se gestionan y qué instrumentos utilizan para evaluar su contribución económica y social (impacto social) es el objeto de este bloque.

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B43637 6AFC63FFAC67DAB8AFC35D42

Es relativamente frecuente, tanto en revistas especializadas como en el lenguaje común, hablar de subdesarrollo o de países pobres sin que se tenga una idea clara de cuáles son las características que debe cumplir un país para que se le pueda englobar dentro de esta categoría. En la mayoría de los casos se desconoce si estamos haciendo referencia a un concepto estrictamente económico –lo que generalmente asimilamos con pobreza- o si estamos refiriéndonos a un ámbito más amplio que englobaría también aspectos sociales y, generalmente, se excluyen las características políticas de las diferentes naciones o regiones. Sin embargo, el concepto de subdesarrollo abarca un amplio espectro de indicadores, incluidos aspectos políticos e institucionales.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Se precisa el prerrequisito de cursar el Módulo Formación Complementaria si el estudiante no proviene de ADE, Economía, Diplomatura en Empresariales o en Economía, o no puede acreditar que tiene esos conocimientos.

El estudiante deberá tener conocimientos de inglés que le permitan comprender e interpretar un texto, ya que muchas de las lecturas que forman parte de las actividades están en dicho idioma.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante adquirirá las siguientes competencias:

A) BÁSICAS y GENERALES:

- Proporcionar conocimientos que servirán de base para el desarrollo y aplicación en la práctica de estrategias, políticas, sistemas de gestión y herramientas relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.
- Desarrollar la capacidad de analizar y reflexionar de forma crítica, así como evaluar y plantear soluciones, acerca de posibles dilemas éticos, económicos y sociales.
- Desarrollar la capacidad de los estudiantes de afrontar problemáticas y panoramas complejos, además de integrar conocimientos y tener una visión transversal de las distintas dimensiones que se engloban en el concepto de RSC y de sostenibilidad.
- Desarrollar la capacidad del estudiante de comunicarse, de forma clara y sin ambigüedades, tanto con audiencias expertas como no expertas

B) ESPECÍFICAS:

- Entender y reflexionar sobre el papel de la Responsabilidad Social Corporativa dentro del panorama socio-económico y empresarial, en un contexto nacional y global.
- Diseñar y desarrollar políticas y sistemas de gestión de RSC acordes con el modelo de negocio y las características de cada empresa u organización.
- Ser capaz de identificar a los distintos grupos de interés de la empresa / organización, así como de detectar sus necesidades y expectativas, además de saber dialogar con los stakeholders y gestionar las relaciones multidireccionales entre las partes interesadas.
- Ser capaz de comunicar con claridad sus conocimientos y actuaciones en materia de Sostenibilidad y RSC a públicos especializados y no especializados, utilizando distintos formatos e instrumentos de comunicación.
- Llevar a cabo proyectos y tareas de investigación en materia de RSC y Sostenibilidad.

En el bloque de Acción Social de la empresa, el estudiante deberá ser capaz de:

- Conocer y valorar críticamente el concepto de acción social de la empresa y el contexto económico, político y social en el que se desarrolla.
- Revisar los efectos económicos y sociales de la acción social de la empresa.
- Conocer modelos para el análisis de información y la toma de decisiones.
- Aprender a elaborar un plan estratégico de acción social y desarrollar cierta capacidad crítica para gestionar alianzas sociales.

En el bloque de Consumo responsable, el estudiante deberá ser capaz de:

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B436376AFC63FFAC67DAB8AFC35D42

- Conocer las variables del contexto económico, político, social y tecnológico que llevan al desarrollo del "consumo político" y los nuevos movimientos sociales.
- Analizar y valorar críticamente el concepto de ciudadanía aplicada al mercado.
- Analizar y valorar críticamente la viabilidad y éxito de las formas de consumo político. Proponer soluciones para la formación de ciudadanos de mercado.

En el bloque de Empresa e innovación social, el estudiante deberá ser capaz de:

- Conocer y aplicar el concepto de “empresa sociall” en el contexto de la economía social y la RSC
- Diferenciar y evaluar una iniciativa de emprendimiento social.
- Reflexionar críticamente en torno a la creación de valor social y su medición
- Ser capaz de diseñar uno proceso de evaluación de impacto.

En el bloque de Políticas de RSC en países en desarrollo, el estudiante deberá ser capaz de:

- Conocer la situación de los países en desarrollo, sus necesidades y posibilidades.
- Estudiar el papel que juega la empresa, especialmente las multinacionales, en el proceso de desarrollo de los países, y en concreto, en el desarrollo de la RSC.
- Valorar la postura y acciones emprendidas por los organismos multilaterales para ayudar a las empresas a implantar estrategias de RSC.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

ACCIÓN SOCIAL DE LA EMPRESA Y PARTENARIADO

- Bases conceptuales de la acción social de la empresa
- El *business case* de la acción social de la empresa
- Estado del arte de la ASE en España
- Gestión estratégica y operativa de la ASE

CONSUMO RESPONSABLE

- Bases conceptuales del consumo político
- El consumidor responsable
- Herramientas de consumo político: estándares y etiquetas
- El papel de las organizaciones en el consumo político

EMPRESA E INNOVACIÓN SOCIAL

- La empresa y el emprendimiento social, marco conceptual y características
- El desempeño e impacto de las empresas sociales
- Heramientas de evaluación de impacto

POLÍTICAS DE RSC EN PAÍSES EN DESARROLLO

- Países en desarrollo y sus determinantes
- RSC en el contexto global
- La RSC y los organismos multilaterales

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B43637 6AFC63FFAC67DAB8AFC35D42

- La Unión Europea y la RSC
- Multinacionales y ética

6.EQUIPO DOCENTE

- MARIA DOLORES LOPEZ LOPEZ
- MARTA MARIA DE LA CUESTA GONZALEZ
- MARTA SOLORZANO GARCIA
- MARIA ANGELES RODRIGUEZ SANTOS
- ELENA CASADO GARCIA-HIRSCHFELD

7.METODOLOGÍA

La metodología es la propia de la enseñanza *on line* en la que el material didáctico y cualquier otro elemento de apoyo al aprendizaje se proporciona al estudiante a través del aula virtual. Se utilizarán los siguientes elementos:

- Material didáctico: son los contenidos especificados en el apartado anterior. El estudiante tendrá que memorizar estos contenidos puesto que constituyen el núcleo de lo que tendrá que exponer en el examen.
- Lecturas recomendadas: estas lecturas servirán de apoyo al estudio de los temas. Permitirán enriquecer el debate y relacionar unos temas con otros.
- Páginas web: la información actualizada ilustrará la relación de lo explicado en el tema con la actividad de las empresas y organismos.
- El trabajo en colaboración estará representado por la intervención de los estudiantes en los foros del aula virtual, donde a través de sus preguntas y de las respuestas de sus compañeros y del profesor se podrán poner en común las distintas experiencias y percepciones.
- Método del caso: a partir de un caso real, el estudiante, poniéndolo en relación con lo estudiado, tendrá que detectar los puntos fuertes y débiles, elaborando unas conclusiones y soluciones propias.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

El material didáctico, actualizado en cada convocatoria, está expresamente elaborado por el equipo docente para este Máster y se proporcionará al estudiante a través del aula virtual.

El libro electrónico Relaciones con la Sociedad , corresponde al material didáctico del curso 2009-10, y está editado por la UNED, la UJI y la editorial Netbiblo.

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B43637 6AFC63FFAC67DAB8AFC35D42

Comentarios y anexos:

Toda la bibliografía complementaria será accesible desde el curso virtual.

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

Junto al material didáctico elaborado por los profesores y proporcionado al estudiante a través del aula virtual, el módulo cuenta con otros recursos para facilitar su comprensión y estudio y la adquisición de las competencias, habilidades, destrezas y actitudes:

- Actividades formativas (lecturas y aprendizaje). Además de la lectura y aprendizaje de los temas, se ofrecerán documentos de lectura obligatoria para ampliar algunos conceptos básicos o conocer experiencias prácticas. Se incluyen también en este apartado los ejercicios de auto-evaluación, imprescindibles para que el estudiante supervise y corrija su propio aprendizaje.
- Actividades de reflexión, opinión y crítica (lectura crítica). A partir de la lectura de algunos artículos y documentos, el estudiante deberá dar respuesta de forma individual a preguntas de reflexión que se planteen y que se debatirán en los foros temáticos habilitados.
- Recursos audiovisuales de la UNED. Podrá acceder a programas, clases magistrales y conferencias que permitirán al estudiante obtener perspectivas diferentes sobre diversos temas.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

La tutorización y el seguimiento de los aprendizajes se efectuará a través de la plataforma aLF, con tutorías “virtuales” a cargo de los profesores del Módulo.

De este modo se crea un aula virtual que tendrá por objeto realizar la evaluación continua del estudiante, en la que tendrán acceso al material didáctico, a bibliotecas virtuales y foros, enviarán las tareas y se comunicarán con los profesores.

Esta modalidad es una forma de aprendizaje flexible que se adapta a la disponibilidad de cada estudiante, permitiendo compaginar estudios con trabajo o cualquier otra actividad, siempre dentro del plan de trabajo establecido por la Coordinación del Máster.

Coordinación del módulo:

Marta de la Cuesta González es profesora titular de Economía Aplicada en la UNED. Su investigación se centra en el análisis del sistema bancario y financiero, la contribución de las finanzas y las microfinanzas al desarrollo, las inversiones socialmente responsables y la responsabilidad social corporativa.

Más información sobre sus publicaciones en: http://scholar.google.es/citations?user=NbdkIeUAAAAJ&hl=es

http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,724638&_dad=portal&_schema=PORTAL

Dirección de correo electrónico: mcuesta@cee.uned.es

Nº de teléfono: 00 34 91 398 78 22

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación se hará de forma mixta: presencial y on line.

A) Evaluación presencial a través de un examen que se realizará en cualquiera de los Centros Asociados (CCAA) de la UNED.

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B43637 6AFC63FFAC67DAB8AFC35D42

• Convocatoria ordinaria:

Centros Asociados	Fechas
Nacionales	Enero/Febrero 2017
Europeos	Enero/Febrero 2017
Extranjero (excepto América)	Enero/Febrero 2017
América	Enero/Febrero 2017

• Convocatoria extraordinaria:

Centros Asociados	Fechas
Nacionales	Septiembre 2017
Europeos	Septiembre 2017
Extranjero (excepto América)	Septiembre 2017
América	Septiembre 2017

La fecha y la hora exactas de este examen se concretarán en el curso virtual.

Esta evaluación constituirá el 50 % de la calificación final. La nota mínima para poder hacer la media con la calificación de las actividades on line es de tres puntos (sobre diez).

B) Evaluación on line. Se realizará mediante las actividades que cada profesor indique en el Plan de Trabajo. Se llevará a cabo a través del aula virtual y supone el 50 % de la calificación final del Módulo. Las actividades on line no son objeto de recuperación.

C) Evaluación de las competencias. La corrección de las actividades se realiza mediante rúbrica.

13.COLABORADORES DOCENTES

- CARMEN VALOR MARTINEZ
- JOAQUIN ASENJO PÉREZ
- ÁLVARO GARCÍA ORELLANA
- BEATRIZ FERNANDEZ OLIT
- LAURA IBAÑEZ GALLEN
- JOSÉ ANTONIO SÁNCHEZ RODRÍGUEZ
- MERCEDES VALCARCEL

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
63B43637 6AFC63FFAC67DAB8AFC35D42