

Programa de la Asignatura- ÉTICA PROFESIONAL, RESPONSABILIDAD SOCIAL Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Idioma: Español

Profesores:

- Carolina Luis-Bassa (75% del curso) (Linkedin: <https://es.linkedin.com/in/carolinaluibassa>)
- Antonio Marquez (25% del curso) (Linkedin: <https://es.linkedin.com/in/antonio-márquez-00581b13/es>)

Aula y horarios: Lunes a Jueves XX a YY y XXX a YYY

Prerrequisitos de la asignatura: Estrategia de Negocios

Requisitos adicionales: Lecturas en idioma inglés

Descripción de la asignatura:

La Reputación Social Corporativa (RSC) genera aproximadamente el 40 % de la Reputación Corporativa (RC). Ésta es a su vez un Valor Intangible considerado por los Directivos de empresas líderes en todo el mundo como de “gran importancia” para el éxito de su negocio. Todo lo relacionado con la RSC y la consecuente RC, parte de una clara ética profesional por parte de todos los interlocutores de la empresa.

Para poder gestionar tanto la RSC y obtener una impecable RC, es imprescindible comprender sus reglas y dinámicas internas. De ello depende que la empresa esté manejada por personas de clara conducta ética para que sea recompensada con los beneficios que tanto la RSC como la RC proporcionan.

Muchas empresas conciben la responsabilidad social como una simple donación: una práctica loable pero difícil de justificar. A lo largo de las últimas dos décadas, cada vez más empresas han encontrado la manera de integrar la responsabilidad social a su estrategia de negocio.

En este curso, los participantes aprenderán cómo la acción social de la empresa, al ser abordada con visión de negocio y ética profesional, puede generar ventajas competitivas.

El contenido del curso está al alcance de toda empresa – grande, mediana y pequeña – y brindará al estudiante un abanico de opciones para planificar, implantar, ejecutar y comunicar su iniciativa de manera estratégica, de tal forma que, además de contribuir con la mejora de la educación, la salud, la cultura o cualquier otra actividad social, redunde en beneficio de la empresa.

A lo largo del curso, se buscará desarrollar la intuición y los conceptos básicos aprendidos para aplicarlo a casos reales, utilizando ejemplos tanto del entorno español, América Latina y resto del mundo.

Objetivos de aprendizaje:

Este curso se propone desarrollar las competencias necesarias acerca de cómo:

1. Entender el concepto de ética profesional y la importancia de su incorporación al perfil personal en el mundo de los negocios
2. Diferenciar entre los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa y Reputación corporativa y comprender la relación entre ambos
3. Aprender los diversos modelos conceptuales que permiten aplicar todos los conceptos anteriores.
4. Aprender a utilizar herramientas prácticas que permitan diseñar un proyecto de Responsabilidad Social Corporativa, alineado a la estrategia de negocios de la empresa para una correcta gestión de la Reputación Corporativa.
5. Conocer casos reales de empresas españolas y latinoamericanas que han incorporado proyectos de responsabilidad social corporativa a sus estrategias de negocio.
6. Aprender que implicaciones tiene una estrategia de RSC y la RC desde una perspectiva regulatoria y universal.

Dinámica de las clases:

Habrà una presentación oral a cargo del profesor, seminarios y conferencias relacionadas con el tema, presentaciones de los estudiantes y la discusión de los estudiantes sobre las lecturas asignadas para esa sesión específica. Las lecturas deben ser leídas con atención antes de la clase. Los estudiantes deben estar preparados para leer alrededor de 20 páginas por día.

Método de Instrucción:

Las cuatro horas de clase diarias (lunes a jueves) se dividen en dos bloques de dos horas con un descanso en el medio. En cada bloque, habrá una hora y cuarto de presentación de un tema a cargo del profesor. El tiempo restante estará destinado a presentaciones de alumnos, discusión de lecturas, conferencias y resoluciones de casos reales.

Método de Evaluación:

La nota final estará basada los siguientes elementos (con su correspondiente ponderación):

A/ Trabajo escrito y presentación de caso (30%)

B/ Examen Parcial (30%) día XX/XX/17 (de XX a YY)

C/ Examen Parcial (30%) día 22/07/2016 (de XX a YY)

D/ Participación en clase y asistencia a las actividades (10%)

A/ En el caso de **Trabajo** (15%), se debe trabajar en grupos de aproximadamente X personas:

- El trabajo escrito (de aproximadamente 15 páginas, 1.5 espaciado, fuente 12) deberá ser entregado el último día de clase.
- Presentación en formato powerpoint

Para la **Presentación** (15%), no hace falta tener el trabajo escrito sino explicar el interés que presenta el caso (en aproximadamente 15 minutos presentación, nunca más de 20 minutos).

B/ and C/ **Exámenes** (30% cada uno): Los exámenes parciales y finales consistirán en preguntas breves y ejercicios simples sobre temas cubiertos en clase. El examen parcial abarcará la primera mitad del programa y el examen final el resto.

D/ **Participación en clase y asistencia a las actividades** (10%): Durante las sesiones se generarán preguntas breves con la finalidad de incentivar discusiones abiertas. Adicionalmente, trabajando en grupos de tres personas, tendrán que proponer respuestas (por escrito)

Una vez anunciadas, las fechas de examen o de presentaciones y entregas de trabajos no se cambiarán bajo ningún concepto. Es importante que los estudiantes tengan esto en consideración, pues no se darán fechas alternativas.

Temario

- I. La ética en el mundo de los Negocios.

- II. Entendiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Reputación Corporativa (RC)
 1. La responsabilidad social de las empresas en un contexto global
 2. ¿Qué es la RSC?: Conceptos y Teorías
 3. Los pro y los contra de la RSC
 4. Responsabilidades de las partes interesadas (Stakeholders)
- III. Aplicación de la RSC y su impacto en la Imagen Corporativa
 5. RSC en el Mercado
 6. RSC en el lugar de trabajo
 7. RSC en la Comunidad
 8. RSC y el entorno ecológico
- IV. La gestión de la RSC y la medición de la RC
 9. Informes y auditoría de la RSC
 10. Desarrollo de la estrategia de RSC → Cómo comunicarla
 11. Las asociaciones de RSC y Autorregulación
 12. El futuro de la RSC en un contexto global

Bibliografía:

- CRANE A., MATTEN D. y SPENCE L., *Corporate Social Responsibility: Readings and Cases in a Global Context*, Routledge, 2nd. Edition, (2013)
- MARQUEZ, A. *Measuring corporate social responsibility*. Corporate Reputation Review, Vol:7, Issue:4, 2005.
- GOMEZ-SAMPER, H., LUIS-BASSA, C.; *Iniciativa social como estrategia competitiva: Una guía práctica*; Ediciones IESA, 2005
- KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G., *Fundamentos de Marketing*, Prentice Hill. 11a. edición, 2015
- DE LA CUESTA, M.; *El porqué de la responsabilidad social corporativa*, Boletín económico de ICE, N° 2813, 2004, págs. 45-58

Temario (día por día):

Día 1. X/X/2017 Descripción del curso: contenido, metodología, guía de resolución de casos, organización de grupos. **Autoevaluación sobre ética profesional.**

Lectura obligatoria para la siguiente clase: KOTLER, Ph., ARMSTRONG, G., *Fundamentos de Marketing*: capítulo 16

Dinámica en clase sobre ética

Día 2. X/X/2017 La ética en el mundo de los Negocios.

Caso de estudio

Día 3. X/X/17 Entendiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Reputación Corporativa (RC): La responsabilidad social de las empresas en un contexto global

Lectura obligatoria para la siguiente clase: Corporate social responsibility: in a global context, capítulo 1

Día 4. X/X/17 Entendiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Reputación Corporativa (RC): ¿Qué es la RSC?: Conceptos y Teorías

Lectura obligatoria para la siguiente clase: : Caso 1

* *Presentación:* Grupo 1

Día 5. X/X/17 Entendiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Reputación Corporativa (RC): Los pro y los contra de la RSC.

* Caso 1: Resolución

Lectura obligatoria para la siguiente clase: Caso 2

Día 6. X/X/17 Entendiendo la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y la Reputación Corporativa (RC): Responsabilidades de las partes interesadas (Stakeholders).

** Invitado especial*

Día 7. X/X/17 ** Examen Parcial.

** Presentación:* Grupo 2

Lectura obligatoria para la siguiente clase: *Corporate social responsibility: in a global context*, capítulo 2

Día 8. X/X/17 III. Aplicación de la RSC y su impacto en la Imagen Corporativa: RSC en el Mercado y en el lugar de trabajo, en la comunidad y en el entorno ecológico

- Resolución del primer parcial (Al terminar la clase)

Lectura obligatoria para la siguiente clase: : MARQUEZ, A. *Measuring corporate social responsibility*. *Corporate Reputation Review*, Vol:7, Issue:4, 2005.

Día 9. X/X/17 La gestión de la RSC y la medición de la RC

Lectura obligatoria para la siguiente clase: GOMEZ-SAMPER, H., LUIS-BASSA, C.; *Iniciativa social como estrategia competitiva: Una guía práctica*: capítulos 4, 5 y 6

** Presentación:* Grupo 3

Día 10. X/X/17 Desarrollo de la estrategia de RSC

Lectura obligatoria para la siguiente clase: GOMEZ-SAMPER, H., LUIS-BASSA, C.; *Iniciativa social como estrategia competitiva: Una guía práctica*: capítulo 7

Día 11. X/X/17 Las asociaciones de RSC y Autorregulación; Cómo comunicar el proyecto de RSC

** Presentación:* Grupo 4

Invitado especial, entrega de proyectos

Día 12. X/X/17 El futuro de la RSC en un contexto global ** **Examen Final**

(**REVISION DE NOTAS EXAMEN FINAL: vía email o skype**). Dia por determinar

OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS para alumnos ITAM

Semana 1:

* Sesión bienvenida a UPF, lunes 12, 9.00h

* Excursión a La Garrotxa (parque natural y zona volcánica a visitar la zona más una fábrica de referencia en temas de Responsabilidad Social corporativa : La fageda <http://www.fageda.com/es>. Visita guiada a la misma y comida en un hayedo emblemático de Cataluña (día completo)

Semana 2:

* Vista guiada a FUNDACIÓN LA CAIXA, (por la mañana, dentro de horario de clase)

* Actividad lúdica conjunta con estudiantes de universidades extranjeras y de UPF Summer School: Barcelona and the Sea (walking tour y celebración) (hora a determinar, tarde)

*Actividad lúdica conjunta con estudiantes de universidades extranjeras y de UPF Barcelona Summer School: excursión a la montaña y santuario de Montserrat (medio día)

Semana 3:

* Visita vespertina El Modernismo de Barcelona y tapas (hora a determinar, tarde)

* Jueves 29: Aperitivo de despedida en jardines UPF (14:30h, horario a confirmar)

Las fechas concretas de las actividades (generalmente en martes o miércoles) se harán saber el primer día de clase.

Dra. Carolina Luis, Octubre 2016