



Guía Docente
Responsabilidad y Marketing Social
Corporativo

GRADO OFICIAL EN MARKETING (GRMK)
Curso 2023/2024



Centro:	Pozuelo (Madrid)
Código Asignatura	0874022
Coordinador/a Asignatura	Ana M ^a Gómez Olmedo
Profesor/es:	María Fernanda Guevara Riera Eva Beltrán García Ana M ^a Gómez Olmedo
Curso:	2º Curso
Semestre:	2º Semestre
Carácter:	OBLIGATORIA
Idioma impartición:	Castellano
Créditos ECTS:	6
Horas lectivas semanales:	4
Departamento:	Dirección de Empresas

Índice

1. Datos del Profesorado:	2
1.1 Atención a la Diversidad Funcional / Necesidades Educativas Especiales (NEE)	2
2. Descripción y Contenidos de la Asignatura:	3
3. Objetivos y Resultados de Aprendizaje:	3
4. Competencias:	3
5. Actividades Formativas:	4
5.1 Metodologías Docentes	5
6. Sistemas de Evaluación:	6
6.1 Pruebas escritas:	9
6.2 Trabajos de carácter obligatorio:	9
6.3 Participación Activa:	9
6.4 Examen Final	9
7. Programa de la asignatura	10
7.1 Programa analítico	10
7.2 Programa desarrollado	10
8. Cronograma	12
9. Fuentes de información recomendada	12
9.1 Material de apoyo a la docencia: Bibliografía Básica	12
9.2 Bibliografía complementaria:	13
9.3 BiblioWeb:	13

1. Datos del Profesorado:

Ana Gómez Olmedo (Coordinadora y Profesora)

Doctora dentro del Programa de Doctorado en Competitividad Empresarial y Territorial, Innovación y Sostenibilidad (CETIS) por la Universidad Pontificia Comillas.

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
Profesora a Tiempo Completo.

Despacho 1.6. Zona Grado. Campus Pozuelo de Alarcón. Teléfono 91 452 41 00

ana.gomez@esic.university

María Fernanda Guevara Riera (Profesora)

Doctora en Filosofía. Acreditada por la ANECA Profesor Contratado Doctor.

Profesora a Tiempo Completo.

Sala de Profesores, Planta 3. Zona Grado. Campus Pozuelo de Alarcón. Teléfono 91 452 41 00

mariafernanda.guevara@esic.university

Eva Beltrán García (Profesora)

Grado en Publicidad y RRPP

Profesora a Tiempo Completo

Despacho nº7 Planta 0 //Teléfono: 91 452 41 00// Campus Pozuelo de Alarcón

eva.beltran@esic.university

El alumno que desee solicitar una TUTORÍA con el profesor de la asignatura deberá ponerse en contacto con él vía email solicitando la misma. El profesor, a la mayor brevedad posible, propondrá fecha y hora para la celebración de la TUTORÍA.

En caso de que alguna de las partes, no pueda asistir, deberá comunicarlo por la misma vía a la otra parte con suficiente anterioridad.

1.1 Atención a la Diversidad Funcional / Necesidades Educativas Especiales (NEE)

El alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales podrá solicitar cualquier necesidad y/o adaptaciones a través de la Unidad Técnica de Diversidad diversidad@esic.university

La Unidad Técnica de Diversidad coordinará con todas las áreas/departamentos de ESIC en el Campus implicado las acciones necesarias para dar soluciones a las necesidades específicas expuestas.

2. Descripción y Contenidos de la Asignatura:

Los alumnos con esta asignatura aprenden como una compañía comunica aquellos proyectos/acciones de RS que realiza con el fin de dar a conocer su compromiso social, medioambiental y económico y, en definitiva, su reputación corporativa ante los diferentes grupos de interés, siempre desde la coherencia con el resto de las estrategias y políticas de la empresa evitando que el mercado lo pueda percibir como una simple acción de marketing, sino como lo que realmente debe ser, una auténtica filosofía empresarial (misión, visión y valores).

Esta asignatura es una introducción y estudio de la Responsabilidad Social Empresarial. Por tanto, se ofrece al alumno una exposición de los conceptos fundamentales de la teoría y temas asociados como son: el buen gobierno de la empresa, las políticas de conciliación y la gestión de la diversidad en los equipos de trabajo, entre otros, como parte de la gestión responsable de la empresa.

De forma complementaria se analizan los estándares más utilizados en la confección de informes de responsabilidad social y su materialización en casos concretos. También se estudian los fundamentos de la sostenibilidad y del desarrollo sostenible, que se vinculan íntimamente con el desempeño socialmente responsable de las empresas en la actualidad.

Asimismo, forma parte del programa el marketing social, como plasmación del compromiso social de la empresa. En este punto se estudian las características y elementos del marketing con causas sociales. Además, se estudian las principales herramientas de comunicación de la estrategia de RSE de la empresa. Como consecuencia, una vez finalizado el semestre, se espera que el alumno esté en disposición de analizar, elaborar y diseñar campañas de marketing basadas en los principios de la RSE.

3. Objetivos y Resultados de Aprendizaje:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa.
- Comunicación de proyectos/acciones de Responsabilidad Social Corporativa llevada a cabo por las empresas.

4. Competencias:

Código	Competencias Básicas y Generales	Sistemas de Evaluación
CG2	Capacidad de organización, planificación y resolución de problemas en la empresa, identificando sus fortalezas y debilidades.	SEE1 SEE2

CG8	Liderazgo, creatividad y espíritu emprendedor orientado a la calidad.	SEE1 SEE2
CG9	Capacidad crítica y compromiso ético en el trabajo.	SEE2

*Ver los Sistemas de Evaluación en el apartado 6

Código	Competencias Específicas	Sistemas de Evaluación
CE3	Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados	SEE1 SEE2
CE9	Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.	SEE1 SEE2
CE13	Ser capaz de tomar decisiones de marketing en ámbitos de actividad específicos.	SEE1 SEE2
CE14	Comprender el papel y la importancia de la comunicación integrada de marketing.	SEE1 SEE2

*Ver los Sistemas de Evaluación en el apartado 6

5. Actividades Formativas:

Código	Actividad Formativa	Horas según Memoria
AF1	Preparación de los contenidos teóricos.	40
AF2	Trabajos individuales. Esta actividad consiste en la elaboración de un informe acerca de un tema propuesto por el profesor, cubriendo aspectos relacionados con conocimientos abordados por la asignatura tratada. Esta actividad puede complementarse mediante la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	20
AF3	Trabajos en grupo. Esta metodología docente consiste en la elaboración de pequeños trabajos de investigación. Se valorará la búsqueda de bibliografía, la selección y material y la capacidad de estructuración del mismo. Además, los alumnos deben realizar un análisis y una discusión común de cada situación. Esta actividad puede complementarse con la exposición oral por parte de los alumnos del trabajo desarrollado.	50

AF4	Debate y crítica constructiva. El debate y la crítica constructiva se realizarán acerca de aspectos de actualidad relacionados con la temática de la asignatura en la que se enclava esta actividad. El tema será propuesto por el profesor que actuará como moderador del debate fomentando la participación de los alumnos e incentivará la aparición de diferentes perspectivas y puntos de vista orientando al conjunto de los alumnos hacia la participación y la crítica de las diferentes opiniones fundamentando los hechos en los conocimientos adquiridos con las clases.	10
AF5	Asistencia a tutorías académicas. Los alumnos deberán reunirse individualmente y/o en grupo con el profesor de forma periódica para informar del avance del trabajo y para que el profesor les oriente y resuelva las dudas.	20
AF6	Seminarios	10
		150H

5.1 Metodologías Docentes

- MD1- Clases Teóricas
- MD2- Clases Prácticas
- MD3- Tutorías

6. Sistemas de Evaluación:

El sistema de evaluación aplicado es la evaluación continua, en el cual la asistencia a clase es obligatoria. Para poder acceder a la misma, hay que tener un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 85%, medible proporcionalmente. Esto significa que, aquellos que no cumplan dicho porcentaje, no podrán presentarse a las distintas piezas de evaluación continua detalladas en esta Guía (pruebas escritas de evaluación continua y trabajo obligatorio) y obtendrán una calificación de 0 tanto en la Participación en Clase como en Trabajo Obligatorio, en 1ª y 2ª convocatoria.

Sistemas de Evaluación según Memoria del Título:

- SEE1 – Pruebas teóricas 70%
- SEE2 – Pruebas prácticas: 30%

Sistemas de Evaluación de ESIC en base a Memoria:

- SEE1 – Pruebas teóricas 70%
- SEE2 – Pruebas prácticas: 30%

Sistema de Evaluación Memoria	Equivalencia Sistema de Evaluación ESIC	Desglose Ponderación	Actividad Evaluadora	Naturaleza	
SEE1: Pruebas teóricas	70%	70%	35%	Prueba escrita 1	Prueba Teórica
			35%	Prueba escrita 2	Prueba Teórica
SEE2: Pruebas prácticas	30%	20%	20%	Trabajo Obligatorio	Pruebas Prácticas
		10%	10%	Participación activa	Pruebas Prácticas
SEE1: Pruebas teóricas	70%	70%	70%	EXAMEN FINAL	Prueba Escrita final para los que no liberan la prueba escrita

- Alumnos que cumplen el porcentaje de asistencia para tener derecho a la evaluación continua:
 - El alumno puede liberar las pruebas escritas, y no deberá presentarse al examen final, siempre y cuando alcance la nota igual o superior a 5 puntos, en cada uno de los exámenes intermedios.
 - El alumno que no supere el trabajo obligatorio (por no entregar en fecha, no asistir a la exposición o no demostrar el grado de profundidad requerido), obtendrá una calificación de 4, independientemente de la nota obtenida en las pruebas escritas.
 - Si un alumno no supera el examen y en cómputo global la nota final saliera matemáticamente mayor o igual a 5, obtendrá la calificación de 4 en la nota final.
 - El alumno que no supere el trabajo obligatorio deberá realizar un nuevo trabajo en la 2ª convocatoria, no siendo necesario realizar el examen final si ya ha superado las pruebas escritas intermedias.
 - El alumno que no libere las pruebas escritas por evaluación continua deberá presentarse al examen final, el cual, tanto en la 1ª como en la 2ª convocatoria, tendrá la valoración del porcentaje correspondiente a la nota del Examen Final, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en la Guía Docente.
 - Para superar la asignatura es imprescindible tener entregado el Trabajo de Carácter Obligatorio, y haber obtenido en las Pruebas Escritas y en el Trabajo Obligatorio una valoración mínima de 5 sobre 10 puntos, tanto para la primera como para la segunda convocatoria
- Los alumnos que por tener una asistencia menor al 85% no tengan derecho a la evaluación continua, serán valorados sobre el porcentaje correspondiente a la nota del examen final, tanto en la 1ª como en la 2ª convocatoria, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en la Guía Docente. Aun así, se espera que estos estudiantes presenten una tarea obligatoria satisfactoria ($\geq 5.0/10$) antes de su examen final.
- Tal y como se establece en la Guía Académica: "La obligatoriedad de asistencia es una norma académica del sistema de evaluación continua de ESIC Universidad. Una asignatura no se considerará como cursada por el alumno si no supera un mínimo del 50% de asistencia en la primera matrícula." Esto implica que no será posible superar la asignatura."

CUADRO RESUMEN. PIEZAS EVALUADAS POR CONVOCATORIA EN FUNCIÓN DE LA ASISTENCIA			
Asistencia	Evaluación Continua	1ª Convocatoria	2ª Convocatoria
>= 85%	Prueba Escrita 1	Examen Final	Examen Final
	Prueba Escrita 2		
	Trabajo Obligatorio	Trabajo Obligatorio	Trabajo Obligatorio
	Participación Activa	Participación Activa	Participación Activa
< 85%	<input type="checkbox"/> Porcentaje de Examen Final, teniendo en cuenta las restricciones que figuren en la Guía Docente.		

- Tal y como se establece en la Guía Académica: La obligatoriedad de asistencia es una norma académica del sistema de evaluación continua de ESIC Universidad. Una asignatura no se considerará como cursada por el alumno si no supera un mínimo del 50% de asistencia en la primera matrícula. Esto implica que no será posible superar la asignatura.
- Los alumnos de segundas matrículas o posteriores**, sin posibilidad de asistencia a clase, serán evaluados de la siguiente forma:
 - Examen Final: la prueba escrita se realizará en las convocatorias oficiales (1ª o 2ª convocatoria), sin tener derecho a la realización de exámenes parciales.
 - Trabajo Obligatorio: Deberá realizarlo, teniendo en cuenta que podrá ser individual o grupal, pudiendo el profesor asignar los grupos en una tutoría convocada al efecto. Para su exposición se fijará fecha y hora.
 - Participación activa: Dada la imposibilidad de evaluar en el aula, no serán evaluados por este concepto.
 - Es por ello, que el sistema de evaluación para alumnos DEX será el siguiente: Pruebas Escritas 80% Trabajo Obligatorio 20%.
- A tener en cuenta:
 - La calificación obtenida por un alumno en la evaluación continua de la asignatura durante un curso NO se reservará para el curso siguiente (en el caso de que no supere la asignatura).
 - Todas las pruebas intermedias realizadas a lo largo del periodo lectivo serán corregidas en clase, dando lugar a la resolución de todas las dudas y aclaraciones pertinentes.
 - En referencia al Examen Final, tanto para la 1ª convocatoria como para la 2ª convocatoria, a la fecha de entrega de notas se especificará fecha y hora de revisión oficial de dicho examen.

6.1 Pruebas escritas:

Las 2 pruebas que se desarrollarán a lo largo del periodo lectivo de la asignatura tendrán el siguiente formato:

- Se desarrollarán dentro de una de las horas lectivas de la asignatura.
- Constarán de varias preguntas sobre los conceptos básicos analizados y ejemplificados en los temas a evaluar.

Cada prueba se valorará sobre 10 puntos.

La calificación de las pruebas escritas incluye aspectos como la ortografía y la expresión universitaria. El profesor determinará el criterio de corrección.

La revisión de estas pruebas de evaluación se realizará en clase mediante la corrección de las mismas, no existiendo revisión individual.

6.2 Trabajos de carácter obligatorio:

El alumno, de forma grupal, realizará durante el curso un trabajo obligatorio consistente en la resolución de un caso empresarial en relación a la estrategia RSC de una compañía.

Las características del trabajo se subirán al campus virtual (Canvas) donde se especificará el número de entregables y los porcentajes que conlleven.

El trabajo debe ser original. Cuando se emplean fragmentos ajenos, estos deberán ser citados. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio conllevará la calificación de suspenso, en el total de la asignatura, tanto en la 1ª como en la 2ª convocatoria.

6.3 Participación Activa:

A propuesta del profesor, se considerará la realización de trabajos individuales/grupales en la forma en la que se determine sobre temas relacionados con la asignatura.

Dichos trabajos serán solicitados a lo largo del semestre de forma que estén equitativamente repartidos durante todo el periodo lectivo.

Así mismo, a lo largo del desarrollo de la asignatura, se evaluará la participación activa del alumno en el desarrollo de la asignatura mediante su actitud en el aula.

6.4 Examen Final

La evaluación continua aplicará a la primera y segunda convocatoria. Los exámenes finales oficiales ponderarán un 70%. No se realizará ningún examen en otra fecha distinta a las fechas oficiales designadas por la escuela.

Los alumnos podrán revisar su examen final en la fecha oficial que se determine a tal efecto y que se publicará junto con las calificaciones finales.

Estructura del examen final:

La prueba se valorará sobre 10 puntos y el alumno deberá demostrar que domina la asignatura y tiene los conocimientos básicos necesarios sobre la misma. Su ponderación máxima será del 70%.

Sistema de Evaluación de los Resultados del Aprendizaje

Los Resultados de Aprendizaje expuestos en el apartado 3 “Objetivos y Resultados de Aprendizaje” serán evaluados de la siguiente forma:

El alumno adquirirá conocimientos teórico-prácticos de:

- Fundamentos de la Responsabilidad Social Corporativa. A través de las pruebas escritas el alumno demostrará su conocimiento teórico-práctico sobre estos aspectos, dado que son parte del programa de la asignatura. Además, mediante pruebas prácticas encuadrables en la Participación Activa del alumno, éste tendrá que analizar estos conceptos y su aplicación a la práctica profesional.
- Comunicación de proyectos/acciones de Responsabilidad Social Corporativa llevadas a cabo por las empresas. Mediante Prueba escrita el alumno demostrará su conocimiento teórico-práctico sobre estos contenidos, dado que la estrategia y acciones son parte del programa de la asignatura. Además, dentro del Trabajo Obligatorio los alumnos profundizarán sobre estas cuestiones desde un punto de vista no sólo teórico, sino también con el análisis de las acciones y la estrategia de una organización concreta.

7. Programa de la asignatura

7.1 Programa analítico

TEMA 1: DESARROLLO SOSTENIBLE

TEMA 2: INTRODUCCIÓN A LA RSE

TEMA 3: LA RSE A DEBATE

TEMA 4: INICIATIVAS INSTITUCIONALES SOBRE RSE

TEMA 5: GOBIERNO RESPONSABLE

TEMA 6: GESTIÓN DE LA RSE

TEMA 7: COMUNICACIÓN DE LA RSE

TEMA 8: MARKETING SOCIAL CORPORATIVO

7.2 Programa desarrollado

El programa que se presenta a continuación será susceptible de cambios en función de la marcha de la asignatura, así como del normal desarrollo de las clases, todo ello con el objetivo de obtener un máximo aprendizaje y utilidad de las materias en el mismo descritas

TEMA 1: DESARROLLO SOSTENIBLE

Introducción y antecedentes históricos

Situación global de la empresa

Sostenibilidad e innovación

Discusión de casos y lecturas

TEMA 2: INTRODUCCIÓN A LA RSE

Sostenibilidad social, medioambiental y económica en el contexto actual

Liderazgo ético en la empresa

Definición y elementos

Antecedentes históricos y teorías

La RSE en un mundo globalizado
Discusión de casos y lecturas

TEMA 3: LA RSE A DEBATE

Argumentos a favor y en contra de la RSE
Motivación de la RSE
La vinculación con la ética empresarial y los valores
La vinculación con los activos intangibles
Consecuencias de la RSE
Discusión de casos y lecturas

TEMA 4: INICIATIVAS INSTITUCIONALES SOBRE RSE

Iniciativas internacionales
Iniciativas nacionales
Discusión de casos y lecturas

TEMA 5: GOBIERNO RESPONSABLE

Definición y funciones del Consejo de Administración
Códigos de Buen Gobierno
Códigos de Conducta
Discusión de casos y lecturas

TEMA 6: GESTIÓN DE LA RSE

Comportamiento social de la empresa: modelos
Definición, tipología y gestión de los grupos de interés
Guías de implantación de la RSE: casos
Discusión de casos y lecturas

TEMA 7: COMUNICACIÓN DE LA RSE

El rol de la Comunicación Corporativa y RSE
La memoria de RSE y GRI
Otras herramientas de comunicación
Discusión de casos y lecturas

TEMA 8: MARKETING SOCIAL CORPORATIVO

Definición y elementos
Iniciativas de Marketing Social Corporativo
Diseño y análisis de acciones de marketing y valores
Discusión de casos y lecturas

8. Cronograma

Este cronograma es meramente orientativo y se encuentra condicionado a las distintas actividades académicas que puedan ser programadas a lo largo del semestre, así como demás eventualidades

SEMANA	DESCRIPCIÓN
1	Presentación. Tema 1
2	Tema 2
3	Tema 2. Inicio periodo de evaluación continua
4	Tema 3. Final periodo de evaluación continua
5	Tema 3.
6	Tema 3 y 4
7	Tema 4. Inicio periodo de evaluación continua
8	Tema 4. Final periodo de evaluación continua
9	Tema 5
10	Tema 5 y 6
11	Tema 6. Inicio periodo de evaluación continua
12	Tema 6. Final periodo de evaluación continua
13	Tema 7
14	Tema 7 y 8
15	Tema 8
16	Exposiciones

9. Fuentes de información recomendada

9.1 Material de apoyo a la docencia: Bibliografía Básica

VALBUENA, E.; MONFORT, A. (Coord.) (2020). Ética Empresarial, Deontología Profesional y Responsabilidad Social. Madrid: ESIC Editorial. ISBN: 9788418415081.

<https://librerias.esic.edu/epubreader/tica-deontologa-y-responsabilidad-social-empresarial/html15>

9.2 Bibliografía complementaria:

FORNES, G., MONFORT, A., ILIE, C., KOO, C. K. (TONY), & CARDOZA, G. (2019). Ethics, Responsibility, and Sustainability in MBAs. Understanding the Motivations for the Incorporation of ERS in Less Traditional Markets. *Sustainability*, 11(24), 7060.

MONFORT, A., VILLAGRA, N., & SÁNCHEZ, J. (2021). Economic impact of corporate foundations: An event analysis approach. *Journal of Business Research*, 122, 159-170.

MONFORT, A., VILLAGRA, N., & LÓPEZ-VÁZQUEZ, B. (2019). Exploring stakeholders' dialogue and corporate social responsibility (CSR) on Twitter. *El Profesional de la Información*, 28(5).

VILLAGRA, N., MONFORT, A., & MÉNDEZ-SUÁREZ, M. (2021). Firm value impact of corporate activism: Facebook and the stop hate for profit campaign. *Journal of Business Research*, 137, 319–326.

VILLAGRA, N., MONFORT, A., & SÁNCHEZ HERRERA, J. (2021). The mediating role of brand trust in the relationship between brand personality and brand loyalty. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(5), 1153–1163.

VILLAGRA, N., LÓPEZ, B., & MONFORT, A. (2015). The management of intangibles and corporate branding: Has anything changed in the relationship between business and society? *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 793–812.

WU, B., MONFORT, A., JIN, C., & SHEN, X. (2022). Substantial response or impression management? Compliance strategies for sustainable development responsibility in family firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 121214.

WU, B., JIN, C., MONFORT, A., & HUA, D. (2021). Generous charity to preserve green image? Exploring linkage between strategic donations and environmental misconduct. *Journal of Business Research*, 131, 839–850.

9.3 BiblioWeb:

Corporate Excellence. Disponible en: <http://www.corporateexcellence.org/>

Diario Responsable. Disponible en: <http://www.diarioresponsable.com/>

Forética. Disponible en: www.foretica.es

Global Reporting Initiative. Disponible en: <http://www.globalreporting.org/Home>

Observatorio de RSC. Disponible en: <http://www.observatoriorsc.org/>

The Global Compact. Disponible en: www.unglobalcompact.org

Fondo bibliográfico www.esic.university/campus