

## **PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE**

### **I.- DATOS GENERALES**

Nombre de la Carrera o Programa: **COMUNICACIÓN SOCIAL**

Nombre de la Asignatura: Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo Sustentable

Departamento y/o cátedra: Comunicaciones Publicitarias

Régimen: *Semestral*

Número de Unidades Crédito: 4

Ubicación en el plan de estudios: Semestre B de la concentración Comunicaciones Corporativas

Tipo de asignatura:

Obligatoria

x

Electiva

Nº horas semanales:

Teóricas:

2

Prácticas/Seminarios

Prelaciones/Requisitos:

Asignaturas a las que aporta:

Del ciclo básico: Ecología, Ambiente y Sustentabilidad; Identidad, Liderazgo y Compromiso; Sociología Política; Psicología Social, Teorías Administrativas de la Organización; Gerencia de Proyectos

De la concentración: Relaciones Públicas; Comunicaciones Digitales; Políticas Comunicacionales Corporativas

Fecha de aprobación del Programa por Consejo de Facultad: 27/6/2016

### **II.- JUSTIFICACIÓN**

Las organizaciones (privadas o sin fines de lucro) constituyen uno de los espacios de acción humana que fomenta la transformación social y permite agenciar el cambio constructivo e integralmente sustentable. Y dentro de ese enfoque la comunicación es fundamental, ya que permite impulsar ese cambio.

La Responsabilidad Social Empresarial abarca una serie de teorías y temas, inherentes a la gestión de la empresa de manera sistémica desde su dimensión social, ética y ambiental, fundamentales que el comunicador social debe manejar como parte de su desempeño profesional.

### **III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS**

Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:

Competencia general: Aprende a convivir y servir	
Se involucra con su medio sociocultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica y asume como propias las problemáticas de su contexto sociocultural</li> <li>2. Propone soluciones desde su campo disciplinar a problemas de su entorno.</li> <li>3. Comparte con el otro su compromiso con el medio sociocultural</li> <li>4. Actúa, con sentido humano</li> </ol>
Competencia general: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica problemáticas pertinentes desde el punto de vista comunicacional</li> <li>2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación y procesos documentales propios de la comunicación social</li> <li>3. Evalúa la calidad de la información a la luz de los principios teóricos, éticos y legales de la profesión</li> </ol>
Competencia profesional básica: Gestiona proyectos comunicacionales	
Diagnostica necesidades de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recolecta datos acerca de un entorno sociocultural, organizacional o de mercadeo</li> <li>2. Analiza los datos recolectados con metodologías específicas</li> <li>3. Identifica necesidades comunicacionales</li> </ol>
Formula proyectos comunicacionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Define los objetivos de un proyecto</li> <li>2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para ejecutar el proyecto</li> <li>3. Analiza las características de la audiencia objetivo</li> <li>4. Diseña estrategias comunicacionales</li> <li>5. Determina los medios apropiados según los mensajes y las audiencias</li> <li>6. Define criterios para evaluar el proyecto a lo largo de su desarrollo</li> </ol>
Implementa proyectos comunicacionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determina criterios para la administración de recursos financieros</li> <li>2. Conformar equipos de trabajo con los recursos humanos apropiados</li> </ol>



	<p>3. Elabora o supervisa la elaboración de productos comunicacionales</p> <p>4. Aplica criterios para monitorear el cumplimiento de objetivos</p>
--	--

<b>IV.- CONTENIDOS</b>	
<p>Unidad I. Fundamentos teóricos de la Responsabilidad Social Empresarial y el Desarrollo Sustentable</p>	<p>1.Historia y evolución de la responsabilidad social. Identificación y comprensión general de los grandes actores de la RSE: Estado, Empresa y Sociedad Civil.</p> <p>2.La agenda global. Importancia de los macro-actores en la transición de las Metas del Milenio a las Metas del Desarrollo Sostenible.</p> <p>3.Bases del desarrollo sostenible. El <i>Triple Bottom Line</i>.</p> <p>4.Núcleo de teorías que sustentan y articulan la RSE; T. de los <i>stakeholders</i> de E. Freeman; T. del Valor Compartido de M.Porter; Inteligencia Social y filosofía de la alteridad. Neurocognitividad y responsabilidad moral.</p>
<p>Unidad II. La estrategia de RS/DS en las empresas y el activismo organizado</p>	<p>1.La RSE en Venezuela. Marco regulatorio. Problemas sociales.</p> <p>2.Modelos de acción empresarial para la gestión de la RSE y DS. El Rol del líder como agente de cambio.</p> <p>3.Estrategias para los entes sin fines de lucro (Organizaciones Sociales u ONG's)</p> <p>4. Bases para el diseño de proyectos sociales.</p>
<p>Unidad III. Dimensiones de la comunicación en la responsabilidad social empresarial y el desarrollo sustentable.</p>	<p>1.Dimensión mediática y dimensión relacional de la comunicación en la RSE y DS.</p> <p>2.Diálogo social y alianzas.</p> <p>3.Los diferentes tipos de indicadores para la medición del impacto en la RSE y el DS.</p>
<p>Unidad IV. Espacios para la acción socialmente responsable en la cadena comercial</p>	<p>1.Mercadeo social y consumo responsable: clientes, proveedores y consumidores.</p> <p>2.Integración de principios de sostenibilidad a las prácticas de mercadeo.</p>

**V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE**



DOCENTES	ESTUDIANTES
1. Estudio de casos 2. Preguntas generadores y preguntas guía 3. Discusión 4. Simulación de procesos 5. Juego de roles	1. Documentación de simulación de procesos 2. Preparación de juego de roles 3. Portafolio/análisis 4. Lecturas

#### VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Responsabilidad Social Empresarial y Desarrollo Sustentable* son:

1. Pruebas escritas
2. Comparación y análisis de casos
3. Resolución de problemas
4. Ejercicios de aplicación de los conceptos básicos.

#### VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

##### TEXTOS

Ausborn, B. (2006) *Guía para un consumo responsable. El papel de los consumidores en la Responsabilidad Social de la empresa*. España: Hispacoop.

Azuero, D. (2009). *La Comunicación de la RSE*. España: Forética.

Carta Encíclica '*Laudato Si'*' del Santo Padre Francisco sobre El Cuidado de la Casa Común (2015)

Guédez, V. Compilador. (2010) *Responsabilidad Social Empresarial: Visiones complementarias* Venezuela: Venamcham.

Guédez, V. Compilador. (2014). *La RSE en Perspectiva: Ideas para su diseño, implantación desarrollo y evaluación*. Venezuela: Venamcham.

Gómez, E. (2005). *La Responsabilidad Moral de la empresa capitalista*. Venezuela: Fundación Valle de San Francisco.

Ferré, C y Orozco, J (2013). *La comunicación estratégica de la responsabilidad social corporativa*.

Jonas, H. (1995). *El Principio de Responsabilidad*. España: Herder.

Maturana, H. y Varela. (1996). *El árbol del conocimiento*. España: Editorial Debate.

Méndez Rivas, C. (2003). *Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela Durante el Siglo XX*. Venezuela: Strategos Consultores.

Porter, M. (2011) *Creating Shared Value*. Harvard Business Review.



Schvarstein, L. (2002) *La Inteligencia Social de las Organizaciones*. España: Paidós Ibérica.

Williams, Emma (2007) *Guía para el marketing sostenible*. CSR Europe.

World Bank. (2015). *Mind, society and behavior*.

#### **PÁGINAS WEB**

[www.avina.net](http://www.avina.net)

[www.un.org](http://www.un.org)

[www.iadb.org](http://www.iadb.org)

[www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

[www.weforum.org](http://www.weforum.org)

[www.empresa.org](http://www.empresa.org)

[www.cemefi.org](http://www.cemefi.org)

[www.cedice.org](http://www.cedice.org)

[www.venamcham.org](http://www.venamcham.org)

[www.rsevenezuela.com](http://www.rsevenezuela.com)

[www.pwc.com/ve](http://www.pwc.com/ve)

[www.foretica.org](http://www.foretica.org)

[www.accionrse.cl](http://www.accionrse.cl)

#### **GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO**

- Conceptos Básicos e Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, Manual de apoyo para periodistas. Cedice (2005)
- Glosario de términos básicos en RSE. Xiomara Y. Zambrano
- Responsabilidad Social Empresarial y Comunicación: relación para la transformación social. Xiomara Y. Zambrano



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO - Urb. Montalbán, Apto. 20332, Caracas-1020, Venezuela.  
Módulo IV, Piso 3. Teléfono: +58-212-407.4232 – URL: [www.ucab.edu.ve](http://www.ucab.edu.ve)  
RIF J-00012255-5

