



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



**BEST: Educación empresarial para la sostenibilidad: Enseñanza de Responsabilidad Social Corporativa y Emprendimiento social para el desarrollo social sostenible local y regional.
(BEST)**

Responsabilidad Social Corporativa

Programa

(para fines académicos y educación y formación profesional: 30 horas presenciales 30 horas aprendizaje individual)

en educación no formal y formación in-company: 15 horas presenciales. 15 horas de aprendizaje individual)

Resumen del curso y estructura

La Responsabilidad Social Corporativa, ciudadanía corporativa, el triple balance y negocios sostenibles son diferentes términos utilizados para describir el impacto social buscado y alcanzado por las empresas. Mientras que hasta hace poco era entendida la responsabilidad social corporativa como una forma de construir y mantener la buena reputación, la investigación actual sugiere que las iniciativas de responsabilidad social corporativa no son un juego de suma cero y pueden aportar valor compartido a la sociedad y a los negocios. Por otra parte, más que nunca, las partes interesadas del ambiente externo empresarial, tales como ONG, gobiernos, redes de apoyo y empleados, exigen transparencia y la participación activa de las empresas para resolver problemas sociales importantes y abordarlos impulsando retos sociales.

Este curso pretende ser una introducción exhaustiva a la responsabilidad social corporativa. Clarifica el significado del concepto y da una visión general de su desarrollo y su importancia estratégica para los negocios. Los estudiantes aprenderán cómo la responsabilidad social corporativa se está implementando en las empresas, cuáles son los elementos críticos de una iniciativa de responsabilidad social, cómo la responsabilidad social corporativa afecta a los procesos clave y estratégicos de la compañía y cómo se transmite. El curso muestra el vínculo entre la responsabilidad social corporativa, impacto social e innovación social, así como la entre la responsabilidad social empresarial y nuevas oportunidades de negocio. Tras su realización, los participantes serán capaces de comprender mejor la lógica de las corporaciones para participar en cuestiones más allá de su función convencional de entidades que generan beneficios, el papel de la empresa en la solución de apremiantes retos de la sociedad y las expectativas cambiantes de la sociedad de los negocios. Con todo, los alumnos desarrollarán su capacidad para aplicar los conceptos de responsabilidad social corporativa a situaciones prácticas de los negocios.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Resultados de aprendizaje esperados

- La comprensión básica de la evolución, la justificación y el papel de la responsabilidad social de las empresas en la Unión Europea ya escala mundial;
- La comprensión básica y la capacidad de aplicar los conceptos relacionados con la responsabilidad social de las empresas, en particular al analizar y evaluar los casos de la vida real;
- La comprensión y la capacidad de evaluar críticamente las iniciativas de responsabilidad social de las empresas sobre la base de una sólida comprensión de: a) las cuestiones ambientales, sociales y económicas a las que se espera la responsabilidad social de las empresas haga frente; b) la naturaleza del impacto social y las formas de evaluarlo; c) el lugar de la responsabilidad social corporativa en la estrategia de gestión global de la empresa;
- La comprensión de la compleja relación entre la obtención de beneficios y el impacto social;
- Capacidad de integración de las perspectivas históricas, científicas, y culturales en la investigación y el trabajo profesional en la responsabilidad social de las empresas;
- Mejora de las habilidades de investigación en el campo de la responsabilidad social de las empresas;
- Capacidad de aprovechar y analizar críticamente la literatura académica relevante dentro del campo;
- Capacidad para investigar, sacar conclusiones e identificar las mejores prácticas de los estudios de casos y ejemplos de iniciativas de responsabilidad social, en vista de su aplicación en los negocios u otra práctica profesional o la formulación de políticas;
- Una comprensión básica de la importancia de los contextos regionales y nacionales, de los diferentes mercados y sistemas económicos, así como de los consumidores y otras partes interesadas clave para el éxito y la dinámica de las iniciativas de responsabilidad social corporativa;
- Mayor conocimiento de las tendencias recientes en el campo de la responsabilidad social de las empresas y la innovación social y económica;
- Mayor conciencia de los desafíos que enfrentan las sociedades actuales y el potencial de las empresas para contribuir a aliviar los problemas sociales creando valores compartidos;
- Capacidad para analizar el papel de las partes implicadas en las iniciativas de responsabilidad social de las empresas, así como las estructuras políticas y económicas del mercado que las conectan;
- Mejorar la presentación y habilidades de redacción en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Orientaciones metodológicas

El curso está dirigido a personas que deseen diseñar, conducir o contribuir a las iniciativas de responsabilidad social, aquellos dispuestos a convertirse los llamados *intraemprendedores* sociales, personas interesadas en la inversión social, alianzas empresariales con organizaciones del sector social, funcionarios públicos que trabajan en el campo de la economía social y como una introducción básica, para estudiantes interesados en investigar más el tema. Está diseñado para proporcionar los conocimientos fundamentales. Es particularmente útil para estudiantes e iniciados con poca o insignificante experiencia en responsabilidad social corporativa. Sin embargo, aquellos con mayores conocimientos sobre el tema también pueden beneficiarse del curso mediante la expansión de la amplitud y profundidad de su comprensión del papel de la empresa en la sociedad y los dilemas gerenciales involucrados en la combinación de actividades lucrativas con actividades encaminadas a tener impacto social o la creación de valor compartido. Para la segunda categoría de usuarios, hay lecturas adicionales de particular valor.

Las secciones del curso abarcan:

- 1) Cuestiones conceptuales; mapa e historia del campo de investigación;
- 2) Papel de la responsabilidad social corporativa en la estrategia global de la empresa;
- 3) Dilemas empresariales en la responsabilidad social corporativa y la dificultad general de medir y evaluar el impacto social;
- 4) Cuestiones relacionadas con la gestión operativa en las iniciativas de responsabilidad social corporativa;
- 5) Cuestiones relacionadas con la comunicación efectiva de objetivos y resultados de iniciativas de responsabilidad social a los consumidores y partes interesadas;
- 6) Impacto y participación de los actores en iniciativas de responsabilidad social corporativa;
- 7) Temas relacionados con ética y responsabilidad social en el marketing;
- 8) Cuestiones relacionadas con la presentación de informes sobre iniciativas de responsabilidad social corporativa;
- 9) Temas relacionados con la creación de asociaciones entre empresas y accionistas clave (como las organizaciones no gubernamentales y redes de defensa transnacionales) en el marco del compromiso social corporativo;
- 10) Aspectos específicos de la responsabilidad social corporativa en diversos ámbitos generales:
 - Protección del medio ambiente
 - Gobierno Corporativo
 - Recursos humanos y empleados



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



- Participación de la comunidad
- Derechos humanos y justicia global

Nota especial sobre el uso de este programa en formación in-company:

Los cursos de formación en la empresa deben ser a medida para atender directamente las necesidades de formación en la empresa específica. Este programa es sólo una guía aproximada para la organización de formación en materia de cuestiones básicas y conceptos. Los profesores deben diseñar su curso conforme a las especificaciones proporcionadas por la empresa o sobre la base de previas conversaciones con el departamento responsable de la empresa. Los temas específicos correspondientes a su área profesional o sector de la empresa deben ser incluidos, por lo general en proporción igual para proporcionar conocimientos sobre temas fundamentales de responsabilidad social empresarial e innovación social. Los debates, así como el uso de ejemplos y estudios de casos, debe orientarse en la práctica de la empresa o la práctica en su sector. Se anima a los instructores a invitar como participantes representantes con experiencia en responsabilidad social corporativa o intraemprendedores sociales dedicados a facilitar o introducir iniciativas de impacto social en empresas relevantes del sector empresarial.

Formación, lecturas necesarias y participación en clase:

La instrucción general debe ajustarse a las disposiciones culturales de la instrucción en la institución educativa. Sin embargo, los usuarios deben tener en cuenta que este plan de estudios se diseña particularmente con vista a facilitar una instrucción de tipo seminario, es decir, las conferencias se reducen al mínimo y la clase debe basarse en los debates y presentación de estudios de casos y ejemplos. Los estudiantes deben haber leído las lecturas necesarias de antemano. El propósito de las clases es fomentar el debate sobre los temas cubiertos, así como el intercambio de opiniones sobre la información adicional. Se proporcionan lecturas complementarias para estudiantes más avanzados, para referencia futura, o para los estudiantes que investigan el tema, con vistas a desarrollar sus proyectos finales. Se espera que los estudiantes vengan a clase preparados para contribuir significativamente a las discusiones en clase y ejercicios y tareas en grupo. Se recomienda encarecidamente la participación de invitados conferenciantes con conocimientos relevantes sobre el tema que se trate – y especialmente representantes con experiencia en responsabilidad social corporativa.

Se recomienda que cada clase incluye una asignación de grupo de 10-20 minutos en que a los estudiantes se les den tareas relacionadas con los temas del día – por ejemplo, cada grupo presenta una posición en el debate, un ejemplo o un caso de estudio o resume un tema. Los trabajos de grupo deben ser adecuados a las lecturas requeridas, pero también incluir un elemento de creatividad o debate o alternativamente tener como objetivo mejorar las habilidades de presentación. Se recomienda encarecidamente que los trabajos de grupo impliquen situación de resolución de problemas que es de naturaleza interdisciplinaria (requiere aportes de diversos campos). La calidad de la participación de los estudiantes o los alumnos en tareas de grupo lleva un peso adicional en la evaluación y calificación final.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Nota especial sobre el uso de lecturas necesarios en formación profesional, educación no formal o formación in-company: las lecturas marcadas como aptas sólo para usuarios académicos pueden ser la opción preferida para lectura adicional. Sin embargo, no se debe dar prioridad sobre la lectura adicional de carácter más práctico, por ejemplo, informes de instituciones internacionales o agencias. Esto último puede ser mucho más útil para los participantes involucrados en formación profesional y capacitación, educación no formal o formación in-company.

Requisitos previos: ninguno

Trabajos y evaluación:

Los siguientes ejemplos de opciones de evaluación están diseñados como una lista para elegir, es decir, cada instructor puede desarrollar su propio plan de evaluación basado en el contexto institucional y los objetivos del curso.

1. Examen final

Se recomienda que el examen final consista en preguntas de opción múltiples y abiertas. La longitud de un examen puede ir desde 1 hora a 1.5 horas. Un examen basado en un caso de estudio podría ser la opción preferida para los estudiantes de nivel avanzado o formación orientada a la práctica. Se les puede pedir analizar el caso de estudio a través de preguntas de opción múltiples y abiertas. La longitud del examen puede ir desde 1,5 horas a 3 horas dependiendo de la longitud del caso de estudio y el número de casos de estudio incluidos. Para mejorar el curso los instructores pueden proponer un examen a la mitad del periodo también

2. Portfolio digital de estudios de casos individuales y en grupo de iniciativas de Responsabilidad social corporativa.

Las presentaciones y análisis de los estudios de casos iniciales se presentan en la clase 8. Los portafolios finales se reciben hasta el final del curso.

Requisitos formales con respecto a la longitud:

Para los usuarios académicos: longitud: entre 1.800 y 2.800 palabras.

Para los usuarios de la formación profesional, la educación no formal o formación en la empresa: entre 1.200 y 2.000 palabras.

El Portfolio electrónico debe servir para introducir al estudiante / aprendiz en el proceso de investigación y análisis en el campo de la responsabilidad social corporativa. Un caso es una sinopsis de una situación real a la que se enfrenta una empresa. El resultado final principal debe ser una presentación detallada, análisis y evaluación de 2 estudios de casos de iniciativas de responsabilidad social empresarial, con especial énfasis en el impacto social / ambiental alcanzado en cada caso y los desafíos encontrados por la empresa. Los documentos de calidad se basarán en una entrevista o cuestionario con al menos una de las empresas o en una extensa



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



investigación. Este documento debe ir acompañado de objetos multimedia, incluyendo pero no limitándose a fotos (si es posible), 2 presentaciones en Power Point – inicial para la presentación en la semana del tema 6 y la presentación final, transcripciones, cuestionarios completos o archivos de audio de las entrevistas. Los instructores pueden desarrollar sus propias directrices teniendo en cuenta las necesidades de los estudiantes / alumnos y su nivel de conocimientos en campos relacionados.

Directrices sobre el contenido esperado en los estudios de casos:

1. área de intervención y principales logros de la iniciativa de responsabilidad social corporativa;
2. el problema, retos y oportunidades con los que la iniciativa de responsabilidad social corporativa y el impacto social / ambiental que se pretende lograr;
3. cuáles son los impulsores de la iniciativa y cuál es el papel de liderazgo de la compañía, empleados, intraemprendedores sociales dentro de la empresa (si procede), las partes interesadas;
4. soluciones innovadoras soluciones por la empresa y cómo se han ido desarrollando;
6. desafíos y reveses a la iniciativa de responsabilidad social corporativa, incluyendo, pero no limitado a los problemas de financiación, sostenibilidad, gestión (operativa o estratégica), comunicación y marketing, personal;
7. evaluación general del impacto social / ambiental de la iniciativa de responsabilidad social corporativa, incluyendo, pero no limitado a la financiación, sostenibilidad, gestión (operativa o estratégica), comunicación y marketing, personal;
8. lecciones aprendidas y buenas prácticas que pueden ser tomadas para este caso;
9. recomendaciones para los cambios a la iniciativa de responsabilidad social corporativa descrita en vista a mejorar su impacto.

3. *Proyecto individual*

Los estudiantes abordarán los desafíos a los que se enfrentan las iniciativas de responsabilidad social de las empresas mediante el diseño de su propia iniciativa para una empresa existente o imaginaria.

Requisitos formales con respecto a la longitud:

Para los usuarios académicos: longitud: entre 3.500 y 5.000 palabras.

Para los usuarios de la formación profesional, la educación no formal o formación en la empresa: entre 2.500 y 4.000 palabras.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Los documentos conceptuales del proyecto final individual con el objetivo del debate en clase deben estar para la clase 8. Los proyectos finales se reciben hasta el final del curso.

El propósito del proyecto individual es obligar a los estudiantes a enfrentarse a los retos inherentes en los negocios socialmente responsables, incluyendo, pero no limitándose a:

- una idea de una iniciativa de responsabilidad social empresarial diseñada para abordar un determinado problema social o ambiental;
- descripción de la iniciativa y cómo se relaciona los elementos de lucro de la empresa y la estrategia global de la empresa;
- investigar y analizar el potencial para la creación de valor compartido;
- planificación de la puesta en marcha de la iniciativa, establecer la dirección y elección de responsables en la organización y estructura de gestión de la empresa;
- optimización de la estrategia de comunicación de la iniciativa de responsabilidad social corporativa;
- planificación de financiación para la iniciativa de responsabilidad social corporativa y hacer proyecciones financieras que respalden cualquier financiación solicitada

Los instructores en clase pueden desarrollar sus propias directrices teniendo en cuenta las necesidades de los estudiantes y su nivel de conocimiento en los ámbitos relacionados. Es muy recomendable el enfoque de elección abierta entre las opciones de evaluación anteriores.

Temas y lecturas

1. ¿Qué es la Responsabilidad social corporativa y qué impulse a las iniciativas de Responsabilidad social?

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Savitz, Andrew, and Karl Weber. 2006. *The Triple Bottom Line*. San Francisco: Jossey-Bass: Chapters 2,3,4,5.

Porter, Michael. Creating Shared Value – lecture, www.youtube.com/watch?v=z2oS3zk8VA4

Makower, Joel. 1994. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to Work for Your Business and the World*. Simon and Schuster: Chapter 1 (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Lydenberg, Steve, and Graham Sinclair. 2009. "Mainstream or Daydream? The Future for Responsible Investing." *Journal of Corporate Citizenship* **33**: 47-67. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapters 1, 2. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Kamani, Aneel. 2010. "The Case against Corporate Social Responsibility," *Wall Street Journal*. August. <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052748703338004575230112664504890> (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Savitz, Andrew. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Chapters 2,3,4,5.

Smith, Craig. 2003. "Corporate Social Responsibility: Whether or How?" *California Management Review* **45** (4): 52-76.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 13.

Vallentin, Steen. 2015. "Governmentalities of CSR: Danish Government Policy as a Reflection of Political Difference." *Journal of Business Ethics* **127**: 33 - 47.

Black, Leora, and Charmine Hartel. 2004. "The Five Capabilities of Socially Responsible Companies." *Journal of Public Affairs* **4** (2): 125-144.

Ihlen, Øyvind, and Heidi von Weltzien Hoivik. 2015. "Ye Olde CSR: The Historic Roots of Corporate Social Responsibility in Norway." *Journal of Business Ethics* **127**: 109 - 120.

2. PerspectivasteóricassobreRSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Lee, Min-Dong Paul. 2008. "A Review of the Theories of Corporate Social Responsibility: Its Evolutionary Path and the Road Ahead." *International Journal of Management Review* **10** (1): 53 - 73.

Garriga, Elisabet, and Domènec Melé. 2004. "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory." *Journal of Business Ethics: Building Ethical Institutions for Business* **53**(1-2): 51-71. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Schwartz, Mark, and Archie Carroll. 2003. "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach." *Business Ethics Quarterly* **13** (4): 503-530.

Athanasopoulou, Andromachi, and John Selsky. 2012. "The Social Context of Corporate Social Responsibility: Enriching Research with Multiple Perspectives and Multiple Levels." *Business & Society* **54** (3): 322-364.

Frynas, Jędrzej George, and Sian Stephens. 2015. "Political Corporate Social Responsibility: Reviewing Theories and Setting New Agendas." *International Journal of Management Reviews* **17** (4): 483-509.

3. RSC estratégica

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Porter, Michael, and Mark Kramer. 2006. "Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility." *Harvard Business Review*. December.

Savitz, Andrew, and Karl Weber. 2006. *The Triple Bottom Line*. San Francisco: Jossey-Bass: Part 2.

Laszlo, Christopher. 2008. *Sustainable Value: How the World's Leading Companies Are Doing Well by Doing Good*. Stanford: Stanford Business Books: Chapter 4 (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Maon François, Adam Lindgreen, and Valérie Swaen. 2008. "Thinking of the Organization as a System: The role of Managerial Perceptions in Developing a Corporate Social Responsibility Strategic Agenda." *Systems Research and Behavioral Science* **25**(3): 413.

Galbreath, Jeremy. 2006. "Corporate Social Responsibility Strategy: Strategic Options, Global Considerations." *Corporate Governance* **6**: 175-187.

Jacquelyn Humphrey, Darren Lee, and Yaokan Shen. 2012. "Does it cost to be sustainable?" *Journal of Corporate Finance* **18**: 626-639.

Kim, Sora. 2014. "What's Worse in Times of Product-Harm Crisis? Negative Corporate Ability or Negative CSR Reputation?" *Journal of Business Ethics* **123**: 157-170.

Hur, Won-Moo, Hanna Kim, and Jeong Woo. 2014. "How CSR Leads to Corporate Brand Equity: Mediating Mechanisms of Corporate Brand Credibility and Reputation?" *Journal of Business Ethics* **125**: 75-86.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Cavaco, Sandra, and Patricia Crifo. 2014. “CSR and Financial Performance: Complementarity Between Environmental, Social and Business Behaviours.” *Applied Economics* **46** (27): 3323-3338.

Wang, Taiyuan, and Pratima Bansal. 2012. “Social Responsibility in New Ventures: Profiting from a Long-Term Orientation.” *Strategic Management Journal* **33**: 1135–1153.

Krauss, Alexander, Aušra Rūtėlionė, Žaneta Piligrimienė. 2010. “SMEs in Search for Feasible Concepts for Systematic Social Responsibility in Times of Crisis.” *Ekonomika Ir Vadyba (Economics & Management)* **15**.

Iankova, Elena. 2008. “From Corporate Paternalism to Corporate Social Responsibility in Post-Communist Europe.” *Journal of Corporate Citizenship* **29**.

Chernev, Alexander, and Sean Blair. 2015. “Doing Well by Doing Good: The Benevolent Halo of Corporate Social Responsibility.” *Journal of Consumer Research* **41**: 1412-1425.

von Arx, Urs, and Andreas Ziegler. 2014. “The effect of corporate social responsibility on stock performance: new evidence for the USA and Europe.” *Quantitative Finance* **14** (6): 977-991.

Glavopoulos, Evangelos, Sotirios Bersimis, Dimitrios Georgakellos, and Michael Sfakianakis. 2014. “Investigating the factors affecting companies’ attitudes towards CSR and CER during the fiscal crisis in Greece.” *Journal of Environmental Planning and Management* **57** (11): 1612-1641.

Vilkė, Rita. 2014. “Corporate Social Responsibility as Innovation: Recent Developments in Lithuania.” *Economics and Business* **24**: 119- 125.

Barnett, Michael, and Robert Salomon. 2012. “Does It Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance.” *Strategic Management Journal* **33**: 1304–1320.

Jurik, Nancy, and Ramsi Bodine. 2014. “Social Responsibility and Altruism in Small-and Medium-Sized Innovative Businesses.” *Journal of Sociology and Social Welfare* **42** (4): 113-141.

4. Retos e impactos de la RSC, y coste del fracaso de la RSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press: Chapter 12.

Mohin, Tim. 2012. *Changing Business from the Inside Out*. Greenleaf Publishing: Chapters 2-4. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Lecturas complementarias:

Husted, Bryan, and David Bruce Allen. 2011. *Corporate Social Strategy: Stakeholder Engagement and Competitive Advantage*. Cambridge: Cambridge University Press: Chapter 12.

Delmas, Magali, DrorEtzion, and Nicholas Nairn-Birch. 2013. “Triangulating Environmental Performance: What Do Corporate Social Responsibility Ratings Really Capture?” *The Academy of Management Perspectives* **27** (3): 255-267.

Montiel, Ivan, and Javier Delgado-Ceballos. 2014. “Defining and Measuring Corporate Sustainability: Are We There Yet?” *Organization & Environment* **27** (2): 113–139.

Zheng, Qinqin, Yadong Luo, and Vladislav Maksimov. 2015. “Achieving Legitimacy through Corporate Social Responsibility: The Case of Emerging Economy Firms.” *Journal of World Business* **50** (3): 389–403.

5. Gestión de iniciativas RSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Blowfield, Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapters 4 and 5.

Savitz, Andrew. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Part 2 (How Sustainability Can Work for You: 127-256)(**only in academic institutions and in Vocational Education and Training**)

Husted, Bryan, and David Bruce Allen. 2011. *Corporate Social Strategy: Stakeholder Engagement and Competitive Advantage*. Cambridge: Cambridge University Press: Chapter 10, 11. (**only in academic institutions and in Vocational Education and Training**)

Lecturas complementarias:

Savitz, Andrew. 2006. *The Triple Bottom Line*. Jossey-Bass: Chapter 15.

Barker, Bree, Louise Ingersoll, and Gregory Teal. 2014. “Understanding CSR Culture and Subcultures: Consensual and Conflicting Narratives.” *International Journal of Employment Studies* **22** (2).

Martinez, Patricia, Andrea Perez, and Ignacio Rodriguez del Bosque. 2014. “Exploring the Role of CSR in the Organizational Identity of Hospitality Companies: A Case from the Spanish Tourism Industry.” *Journal of Business Ethics* **124**: 47–66.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



6. Comunicación de la RSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Boston College Center for Corporate Citizenship. *Corporate Responsibility & Sustainability Communications: Who's Listening? Who's Leading? What Matters Most?* Edelman.

Smith, Katherine Taken, and Julie Alexander. 2013. "Which CSR-Related Headings Do Fortune 500 Companies Use on Their Websites?" *Business Communication Quarterly* **76** (2): 155 - 171.

Morsing, Mette, Majken Schultz, and Kasper Ulf Nielson. 2008. "The Catch 22 of Communicating CSR." *Journal of Marketing Communications* **14** (2): 97-111. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Sen, Sankar, and C.B. Bhattacharya. 2004. "Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiatives." *California Management Review* **47**(1): 9-24. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Coupland, C. 2005. "Corporate Social Responsibility as Argument on the Web." *Journal of Business Ethics* **62**: 355-366.

Maignan, Isabelle, and O. C. Ferrell. 2004. "Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework." *Journal of the Academy of Marketing Science* **32** (1): 3-19.

Morsing, Mette, and Majken Schultz. 2006. "Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies." *Business Ethics: A European Review* **15** (4): 323 - 338.

Menon, Satya, and Barbara Kahn. 2013. "Corporate Sponsorships of Philanthropic Activities: When Do They Impact Perception of Sponsor Brand?" *Journal of Consumer Psychology* **13** (3): 316 - 327.

7. Impacto de las partes interesadas en RSC; Asociaciones estratégicas en RSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapter 8.

Environmental Defense Fund. 2008. *Guide to Successful Corporate-NGO Partnerships*.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 10. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 2.

Freeman, Edward. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman: Chapter 3.

Pelozo, John, and Loren Falkenberg. 2009 "The Role of Collaboration in Achieving Corporate Social Responsibility Objectives." *California Management Review* 51 (3): 95-113.

Yaziji, Michael. 2004. "Turning Gadflies into Allies." *Harvard Business Review*. February <https://hbr.org/2004/02/turning-gadflies-into-allies>

Austin, James. 2000. "Strategic Collaboration between Nonprofits and Business." *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly* 29.

Mitchell, Agle, and B. R. Wood. 1997. "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts." *Academy of Management Review* 22 (4): 853 - 886.

Brugmann, Jeb, and C. K. Prahalad. 2007. "Co-creating Business's New Social Compact." *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2007/02/cocreating-businesss-new-social-compact>

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 6.

Unerman, Jeffrey, Jan Bebbington, and Brendan O'Dwyer. Eds. 2007. *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge: Chapter 5.

Park, Byung, Agnieszka Chidlow, and Jiyul Choi. 2014. "Corporate Social Responsibility: Stakeholders Influence on MNEs' Activities." *International Business Review* 23: 966-980.

Park, Byung, and Pervez Ghauri. 2015. "Determinants Influencing CSR Practices in Small and Medium Sized MNE Subsidiaries: A Stakeholder Perspective." *Journal of World Business* 50: 192-204.

Pelozo, John, Moritz Loock, James Cerruti, and Michael Muyot. 2012. "Sustainability: How Stakeholder Perceptions Differ from Corporate Reality." *California Management Review* 55 (1): 74-97.

Sullivan, Rory. 2003. "NGO Expectations of Companies and Human Rights." *Non-State Actors and International Law* 3: 303 - 322.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Vidaver-Cohen, Deborah, and Peggy SimicBrønn Reputation. 2015. "Responsibility, and Stakeholder Support in Scandinavian Firms: A Comparative Analysis." *Journal of Business Ethics* **127**: 49 - 64.

Bundy, Jonathan, and Ann K. Buchholtz. 2013. "Strategic Cognition and Issue Salience: Toward an Explanation of Firm Responsiveness to Stakeholder Concerns." *Academy of Management Review* **38** (3): 352 - 376.

Brower, Jacob, and Vijay Mahajan. 2013. "Driven to Be Good: A Stakeholder Theory Perspective on the Drivers of Corporate Social Performance." *Journal of Business Ethics* **117**: 313 - 331.

Hale, Angela, and Jane Wills. 2007. "Women Working Worldwide: Transnational Networks, Corporate Social Responsibility and Action Research." *Global Networks* **7** (4): 453 - 476.

8. Preparación y discusión de los portfolios de casos de estudio y Proyectos finales individuales.

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

El propósito de esta clase es permitir que los alumnos y estudiantes reciban retroalimentación sobre sus ideas antes de desarrollar sus trabajos finales. Cada ponente debe tener un tiempo adecuado (se recomienda 10 min.) para un breve presentación de sus proyectos individuales para las reacciones y discusiones. Cada presentador (individual o representante de un grupo de trabajo) deben contar con tiempo suficiente (recomendado 5 min.) para una presentación corta y concisa de sus portfolios digitales, para las reacciones y discusiones. En caso de que el curso incluya un mayor número de estudiantes y por lo tanto este calendario de trabajo no sea el adecuada, los profesores pueden optar por modificar la asignación final del proyecto o permitir las presentaciones finales en grupo o mediante la asignación de una clase adicional para las actividades preparatorias.

9. Marketing ético y socialmente responsable

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility*. John Wiley & Sons Inc.: Chapter 9.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Prahalad, C. K., and Allan Hammond. 2002. "Serving the World's Poor, profitably" *Harvard Business Review*. September. <https://hbr.org/2002/09/serving-the-worlds-poor-profitably>(only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Crane, Andrew. 2005. "Meeting the Ethical Gaze: Challenges for Orienting to the Ethical Market." In *The Ethical Consumer*. Rob Harrison, Terry Newholm, Deirdre Shaw. Eds. London: Sage.

10. Presentación de informessobr RSC

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 7.

Zadek, Simon, Richard Evans, and Peter Pruzan. Eds.2003. *Building Corporate Accountability: Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London: Earthscan: Chapter 3.(only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Unerman, Jeffrey, Jan Bebbington, and Brendan O'Dwyer. Eds. 2007. *Sustainability Accounting and Accountability*. Routledge: Chapter 4.

Peters, Gary, and Andrea Romi. 2015. "The Association between Sustainability Governance Characteristics and the Assurance of Corporate Sustainability Reports." *Auditing: A Journal of Practice and Theory*34 (1): 163–198.

11. RSC y cuestiones medioambientales

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Pinkse, Jonatan, and Ans Kolk. 2009. *International Business and Global Climate Change*. London: Routledge: Chapter 5.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 9. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Friedman, Thomas. 2009. *Hot, Flat and Crowded: Why We Need a Green Revolution--and How It Can Renew Our Global Future*: Farrar, Straus and Giroux: Part 3 (How We Move Forward, Chapters 11-16)(only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Anderson, Ray. 1998. *Mid-Course Correction: Toward a Sustainable Enterprise: The Interface Model*. Chelsea Green Publishing Company: Chapters 3, 4, 5.

David Batstone. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 6

McDonough, William. 2002. *Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press, 2002: Chapter 6.

Makower, Joel. 1994. *Beyond the Bottom Line: Putting Social Responsibility to Work for your Business and the World*. Simon and Schuster: Chapter 6.

Alt, Elisa, Emilio Pablo Díez-de-Castro, and Francisco Javier Llorens-Montes. 2015. "Linking Employee Stakeholders to Environmental Performance: The Role of Proactive Environmental Strategies and Shared Vision." *Journal of Business Ethics* **128**: 167–181.

García, Jorge, Randy Bluffstone, and Thomas Sterner. 2009. Corporate Environmental Management in Transition Economies: The Case of Central and Eastern Europe. *Finance a úvěr (Czech Journal of Economics and Finance)* **59** (5).

Hill, Marquita, Thomas Saviello, and Stephen Groves. 2002. "The Greening of a Pulp and Paper Mill. International Paper's Androscoggin Mill." *Journal of Industrial Ecology* **6** (1): 107-120.

Lee, Ki-Hoon, and Robert Ball. 2003. "Achieving Sustainable Corporate Competitiveness: Strategic Link between Top Management's (Green) Commitment and Corporate Environmental Strategy." *Greener Management International* **44**: 89 -104.

12. RSC, Gobierno corporativo y liderazgo

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 1.

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 8.(only in academic institutions and in Vocational Education and Training)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Lecturas complementarias:

Weber, Curt, and Joseph Gerard. 2014. "Reconfiguring Compliance for Corporate Social Responsibility." *Journal of Economic Development, Management, IT, Finance and Marketing* **6** (2): 33-47.

Chan, MuiChing Carina, John Watson, and David Woodliff. 2014. "Corporate Governance Quality and CSR Disclosures." *Journal of Business Ethics* **125**: 59-73.

Wesley II, Curtis, and Hermann AchidiNdofor. 2013. "The Great Escape: The Unaddressed Ethical Issue of Investor Responsibility for Corporate Malfeasance." *Business Ethics Quarterly* **23** (3): 443-475.

Günter Stahl, and Mary Sully De Luque. 2014. "Antecedents of Responsible Leader Behavior: A Research Synthesis, Conceptual Framework, and Agenda for Future Research." *The Academy of Management Perspectives* **28** (3): 235-254.

Borghesi, Richard, Joel Houston, and Andy Naranjo. 2014. "Corporate socially responsible investments: CEO altruism, reputation, and shareholder interests." *Journal of Corporate Finance* **26**: 164-181.

13. RSC y dirección de Recursos Humanos

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Bhattacharya, C.B., Sankar Sen and Daniel Korschun. 2008. "Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent." *MIT Sloan Management Review* **49**(2). <http://sloanreview.mit.edu/article/using-corporate-social-responsibility-to-win-the-war-for-talent/>

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 5 (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Utting, Peter. 2007. 'CSR and Equality.' *Third World Quarterly* **28**(4): 697-712.

Mellat-Parast, Mahour. 2012. "Quality citizenship, employee involvement, and operational performance: an empirical investigation." *International Journal of Production Research* **51** (10): 2805-2820.

14. RSC y participación en la comunidad



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Porter, Michael, and Mark Kramer. 2002. "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy." *Harvard Business Review*. December. <https://hbr.org/2002/12/the-competitive-advantage-of-corporate-philanthropy>

Batstone, David. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 3.

Lecturas complementarias:

Valente, Mike, and Andrew Crane. 2010. "Public Responsibility and Private Enterprise in Developing Countries". *California Management Review* 52(3): 52-78.

Newell, Peter. 2005. "Citizenship, Accountability and Community: The Limits of the CSR Agenda." *International Affairs* 81 (3): 541-557.

15. RSC, desarrollo económico, derechos humanos y erradicación de la pobreza

Educación y formación académica y profesional: 2 horas lectivas

Educación no formal y formación in-company: 1 hora lectiva

Lectura básica:

Blowfield, Michael, and Alan Murray. 2008. *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. OUP: Chapter 3.

Dunn, Debra, and Keith Yamashita. 2003. *Microcapitalism and the Megacorporation*. Harvard Business Review. August. <https://hbr.org/2003/08/microcapitalism-and-the-megacorporation> (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

David Batstone. 2011. *Saving the Corporate Soul--and (Who Knows?) Maybe Your Own: Eight Principles for Creating and Preserving Integrity and Profitability without Selling Out*. Jossey-Bass: Chapter 8. (only in academic institutions and in Vocational Education and Training)

Lecturas complementarias:

Prahalad, CK. 2004. *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*. Wharton School Publishing: Part 2 (innovative practices)

Lund-Thomsen, Peter, and Peter Wad. 2014. "Global Value Chains, Local Economic Organization and Corporate Social Responsibility in the BRICS Countries." *Competition and Change* 18 (4): 281-90.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Jenkins, Rhys. 2015. "Globalization, Corporate Social Responsibility and Poverty." *International Affairs* **81** (3): 525-540.

Wettstein, Florian. 2012. "CSR and the Debate on Business and Human Rights: Bridging the Great Divide." *Business Ethics Quarterly* **22** (4): 739-770.