

## MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN E IDENTIDAD CORPORATIVA

Responsabilidad Social Corporativa			
<b>Materia:</b>	Identidad y Construcción de Marca en las Organizaciones		
<b>Créditos ECTS:</b>	6		
<b>Carácter</b>	Obligatorio		
<b>Unidad temporal:</b>	1 asignatura en el primer cuatrimestre.		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		PONDERACIÓN MIN	PONDERACIÓN MAX
Participación del estudiante (sesiones, foros, tutorías)		5%	10%
Trabajos, proyectos y casos		10%	30%
Test de autoevaluación		5%	10%
Examen final presencial		60%	60%
COMPETENCIAS			
Básicas	Generales	Específicas	Transversales
CB6 - CB10	CG2 - CG4, CG6 – CG8	CE1, CE4, CE7, CE8, CE10	CT3 – CT5
ACTIVIDADES FORMATIVAS		HORAS	% PRESENCIAL
Sesiones presenciales virtuales		15	0
Lecciones magistrales		6	0
Estudio del material básico		59.6	0
Lectura del material complementario		45	0
Trabajos, casos prácticos, test		28.6	0
Tutorías		16.3	0
Trabajo colaborativo		7.3	0

Examen final presencial	2	100
Total	180	-

**CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS**

**Responsabilidad Social Corporativa**

Globalización, stakeholders y empresa responsable, Derechos humanos, Ética empresarial y códigos éticos, Pacto Mundial, Buen gobierno, Accountability, Fundamentos de responsabilidad social, Ámbitos de actuación de la responsabilidad social, Conceptos e incidencia institucional, Sostenibilidad, Ciudadanía Corporativa, Nueva narrativa y diálogo con los grupos de interés, Funciones de la RSC, Estrategia española de responsabilidad social de las empresas, Finanzas e inversión responsable, Modelos de gestión y plan estratégico de responsabilidad social, elaboración de memorias de responsabilidad (GRI, ISO 26000), Indicadores de responsabilidad social.