

25-26

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



RELACIONES CON LA SOCIEDAD

CÓDIGO 25501031

UNED

25-26

RELACIONES CON LA SOCIEDAD

CÓDIGO 25501031

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

Nombre de la asignatura	RELACIONES CON LA SOCIEDAD
Código	25501031
Curso académico	2025/2026
Título en que se imparte	MÁSTER INTERUNIVERSITARIO EN SOSTENIBILIDAD Y RSC (UNED-UJI)
Tipo	CONTENIDOS
Nº ETCS	15
Horas	375
Periodo	SEMESTRE 1
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

El módulo **Relaciones con la Sociedad** tiene carácter optativo, se imparte en el primer cuatrimestre y consta de 15 créditos desarrollados en los siguientes bloques temáticos:

1. Acción social de la empresa y partenariado
2. Consumo responsable
3. Empresa e innovación social
4. Políticas de RSC en países en desarrollo

En este Módulo se abordan los conocimientos básicos relacionados con la acción social, el nuevo papel de la ciudadanía y los diferentes modelos para el análisis de información y la toma de decisiones; se valora tanto el concepto de ciudadanía aplicada al mercado, como la viabilidad y éxito de las formas de consumo político y las Políticas de RSC en países en desarrollo.

La estrategia de inversión en la comunidad que realiza la empresa es razonable tanto desde el punto de vista social como de la empresa, siempre que persiga verdaderamente objetivos sociales en paralelo a los empresariales y se enmarque en una política general de responsabilidad social. A esta estrategia de relación con la comunidad se le denomina "acción social de la empresa" (ASE), así como, entre otras denominaciones, "filantropía empresarial o corporativa". Es una estrategia que debe ser resultado de la combinación de objetivos sociales y económicos, enmarcada en la política general económica, social y medioambiental de la empresa.

A través de su participación en el mercado, la ciudadanía actúa como motor impulsor de la RSC, ofreciendo incentivos o penalizaciones a las empresas en función de sus resultados sociales o medioambientales. Esta extensión de la ciudadanía se ha denominado "ciudadanía de mercado", ya que supone una extensión de la noción clásica de ciudadano a los intercambios económicos. Los ciudadanos de mercado extienden su compromiso civil o político a la esfera económica, haciendo de la contratación de productos o servicios una herramienta de expresión y presión, en definitiva una vía para influir en políticas públicas o

privadas.

A la hora de diseñar o evaluar planes, programas o iniciativas en los que empresas, instituciones y ciudadanos interactúan, es crucial entender que la comunicación entre unos y otros agentes no es "transparente", sino que está mediada por distintos factores psicológicos, sociales, lingüísticos, culturales, ideológicos, etcétera. Se revisan algunos de estos factores, con el objetivo básico de que los diagnósticos, planes de comunicación y otras intervenciones en favor de la sostenibilidad y de afianzar un papel positivo para las empresas sean más eficaces.

La empresa social constituye el ejemplo de empresa responsable que trata de dar soluciones a problemas ambientales y sociales ofertando en el mercado productos y servicios competitivos y responsables. Conocer qué tipos de empresas existen, cómo se gestionan y qué instrumentos utilizan para evaluar su contribución económica y social (impacto social) es el objeto del tercer bloque del módulo.

Es relativamente frecuente, tanto en revistas especializadas como en el lenguaje común, hablar de países en desarrollo sin que se tenga una idea clara de cuáles son las características que debe cumplir un país para que se le pueda englobar dentro de esta categoría. En la mayoría de los casos se desconoce si estamos haciendo referencia a un concepto estrictamente económico –lo que generalmente asimilamos con pobreza- o si estamos refiriéndonos a un ámbito más amplio que englobaría también aspectos sociales y, generalmente, se excluyen las características políticas de las diferentes naciones o regiones. Sin embargo, el concepto de subdesarrollo abarca un amplio espectro de indicadores, incluidos aspectos políticos e institucionales.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR ESTA ASIGNATURA

Se precisa el prerrequisito de cursar el Módulo Formación Complementaria si el estudiante no proviene de ADE, Economía, Diplomatura en Empresas o en Economía, o no puede acreditar que tiene esos conocimientos.

El estudiante deberá tener conocimientos de inglés que le permitan comprender e interpretar un texto, ya que muchas de las lecturas que forman parte de las actividades están en dicho idioma.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

ELENA CASADO GARCIA-HIRSCHFELD
ecasado@cee.uned.es
91398-8620
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	MARIA ANGELES RODRIGUEZ SANTOS
Correo Electrónico	mrodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-6378
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	CRISTINA RUZA PAZ-CURBERA
Correo Electrónico	cruza@cee.uned.es
Teléfono	91398-6354
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA

Nombre y Apellidos	EVA PARDO HERRASTI (Coordinador de asignatura)
Correo Electrónico	epardo@cee.uned.es
Teléfono	7858/7804
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA APLICADA

COLABORADORES DOCENTES EXTERNOS

Nombre y Apellidos	MERCEDES VALCARCEL
Correo Electrónico	mvalcarcel@invi.uned.es

PROFESOR EXTERNO DE MASTER UNIVERSITARIO

Nombre y Apellidos	IDOYA FERRERO FERRERO
Correo Electrónico	iferrero@invi.uned.es

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

La tutorización y el seguimiento de los aprendizajes se efectuará a través de la plataforma docente de la UNED, con tutorías “virtuales” a cargo de los profesores de los bloques temáticos. El equipo docente pondrá a disposición de los estudiantes foros especializados de cada uno de los bloques temáticos.

De este modo se crea un aula virtual que tendrá por objeto realizar la evaluación continua del estudiante, en la que tendrán acceso al material didáctico, a bibliotecas virtuales y foros, enviarán las tareas y se comunicarán con los profesores.

Esta modalidad es una forma de aprendizaje flexible que se adapta a la disponibilidad de cada estudiante, permitiendo compaginar estudios con trabajo o cualquier otra actividad, siempre dentro del plan de trabajo establecido por la Coordinación del Máster.

Los estudiantes también podrán concertar citas presenciales con los miembros del equipo docente.

Coordinación del módulo:

Eva Pardo Herrasti es profesora de Economía Aplicada en la UNED. Su investigación se

centra en el ámbito de la RSC, la inversión sostenible y la sostenibilidad, especialmente en lo vinculado con la economía circular y la transparencia.

miércoles de 10 a 14 horas.

Facultad de CC. Económicas y Empresariales de la UNED, 3ª planta.

Dirección de correo electrónico: epardo@cee.uned.es

Nº de teléfono: 00 34 91 398 78 58 / 7804

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

COMPETENCIAS GENERALES

CG01 - Proporcionar conocimientos que servirán de base para el desarrollo y aplicación en la práctica de estrategias, políticas, sistemas de gestión y herramientas relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa.

CG02 - Desarrollar la capacidad de analizar y reflexionar de forma crítica, así como evaluar y plantear soluciones, acerca de posibles dilemas éticos, económicos y sociales.

CG04 - Desarrollar la capacidad de los estudiantes de afrontar problemáticas y panoramas complejos, además de integrar conocimientos y tener una visión transversal de las distintas dimensiones que se engloban en el concepto de RSC y de sostenibilidad.

CG06 - Desarrollar la capacidad del estudiante de comunicarse, de forma clara y sin ambigüedades, tanto con audiencias expertas como no expertas.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE01 - Entender y reflexionar sobre el papel de la Responsabilidad Social Corporativa dentro del panorama socio-económico y empresarial, en un contexto nacional y global.

CE04 - Diseñar y desarrollar políticas y sistemas de gestión de RSC acordes con el modelo de negocio y las características de cada empresa u organización.

CE06 - Ser capaz de identificar a los distintos grupos de interés de la empresa / organización, así como de detectar sus necesidades y expectativas, además de saber dialogar con los stakeholders y gestionar las relaciones multidireccionales entre las partes interesadas.

CE07 - Ser capaz de comunicar con claridad sus conocimientos y actuaciones en materia de Sostenibilidad y RSC a públicos especializados y no especializados, utilizando distintos formatos e instrumentos de comunicación.

CE08 - Llevar a cabo proyectos y tareas de investigación en materia de RSC y Sostenibilidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Acción social de la empresa y partenariado

- Conocer y valorar críticamente el concepto de acción social de la empresa y el contexto económico, político y social en el que se desarrolla.
- Conocer el carácter, los impactos y los problemas de la ASE, y en especial de algunas modalidades: mecenazgo, marketing con causa y voluntariado corporativo.

- Conocer la situación actual de la ASE en España, en cuanto a estilos de gestión, causas apoyadas y beneficiarios.
- Entender el valor de las alianzas sociales y aprender a buscar los socios apropiados.
- Aprender a elaborar un plan estratégico de acción social, conocer las fuentes y métodos de investigación apropiados para la búsqueda de información y aprender a presentar los resultados del análisis en forma de presentación profesional.

Consumo responsable

- Definir las variables del contexto económico, político, social y tecnológico que llevan al desarrollo del consumo responsable y los nuevos movimientos sociales.
- Desarrollar y valorar críticamente el concepto de ciudadanía aplicada al mercado.
- Expresar en qué consiste el consumo responsable y cómo se lleva a la práctica Identificar y examinar el papel de las organizaciones en la promoción del consumo responsable.
- Plantear soluciones para la formación de consumidores responsables o ciudadanos de mercado.
- Relacionar las estrategias realizadas por los nuevos movimientos sociales.

Empresa e innovación social

- Conocer y valorar críticamente los valores y principios de la Economía Social .
- Entender las diferencias entre las perspectivas europea y anglosajona de empresa social .
- Conocer, estudiar y valorar críticamente las distintas realidades de empresa social en Europa de acuerdo con sus orígenes.
- Entender la definición de empresa social propuesta por EMES y aprender valorar empresas de acuerdo con sus indicadores .
- Entender y valorar críticamente la importancia y utilidad de evaluar y medir el impacto social .

Políticas RSC en países en vías de desarrollo

- Estudiar los indicadores económicos y sociales y relacionarlos con el grado de desarrollo de un país. Profundizar en las buenas prácticas empresariales desde el punto de vista de la RSC.
- Analizar los Objetivos de Desarrollo Sostenible y evaluar los progresos que se van alcanzando.
- Evaluar el papel de los organismos multinacionales y la actividad de la UE en materia de política de cooperación al desarrollo y de RSC y su desarrollo práctico.

CONTENIDOS

Bloque 1. Acción social de la empresa y partenariado

Tema 1. Las relaciones de la empresa con la comunidad en el marco de la RSC

- 1.1. ¿De dónde procede la legitimidad de las ONG?
- 1.2. El interés de la colaboración de la empresa con las ONG y otras organizaciones de la comunidad

Tema 2. Colaboración de la empresa con la comunidad

- 2.1. El debate sobre la filantropía
- 2.2. Denominaciones y definiciones
- 2.3. Nuevas fórmulas de colaboración entre empresa y sociedad civil

Tema 3. Acción Social de la Empresa (ASE) en España: situación y tendencias

- 3.1. El marco legal en España
- 3.2. Características e impacto de la ASE en España
- 3.3. La empresa española y los ODS

Tema 4. Planificación y gestión de la colaboración con la comunidad

- 4.1. Fase estratégica
- 4.2. Fase operativa

Tema 5. Alianzas sociales

- 5.1. Definición y tipos
- 5.2. Oportunidades y riesgos derivados de las alianzas sociales
- 5.3. Marco normativo para la formación y desarrollo de alianzas sociales

Bloque 2. Consumo responsable

Tema 1. Definición y origen de los ciudadanos de mercado

- 1.1. Definición de ciudadano de mercado
- 1.2. Origen del movimiento por el consumo responsable

Tema 2. Estrategias de consumo responsable

- 2.1. Estrategia de salida
- 2.2. Estrategia de voz
- 2.3. Estrategia de compra inteligente
- 2.4. Voluntary simplicity

Tema 3. El proceso de compra responsable

- 3.1. Antecedentes de la compra
- 3.2. Adquisición de información
- 3.3. Valoración de alternativas

Tema 4. Limitaciones del consumo responsable para traer cambios a los mercados

- 4.1. Asimetrías de información
- 4.2. Asimetrías de poder
- 4.3. Limitaciones del consumo responsable para traer cambios al mercado

Tema 5. Estándares y etiquetas sociales

- 5.1. Introducción
- 5.2. Códigos (estándares sin certificación), estándares aspiracionales o principios
- 5.3. Estándares con certificación

Tema 6. Asociaciones y su papel en el consumo responsable

- 6.1. Asociaciones que promueven las compras responsables y la compra inteligente
- 6.2. Asociaciones que promueven el voluntary simplicity

Tema 7. Estrategias de las ONG para fomentar el consumo responsable y el poder del consumidor

- 7.1. Los nuevos movimientos sociales
- 7.2. Estrategias de ong basadas en el consumo responsable

Bloque 3. Empresa e innovación social

Tema 1. La empresa y el emprendimiento social, marco conceptual y características

- 1.1. Introducción al concepto de empresa social
- 1.2. La aparición de la empresa social en diversos contextos
- 1.3. El enfoque EMES de empresa social
- 1.4. Concepciones europeas desde una perspectiva comparada
- 1.5. La propagación del concepto de empresa social por todo el mundo.
- 1.6. Conclusión.

Tema 2. La medición y la gestión del impacto social

- 2.1. La medición de impacto como proceso
- 2.2. Pasos del proceso de medición de impacto
- 2.3. La gestión del impacto
- 2.4. Conclusión

Bloque 4. Políticas de RSC en países en desarrollo

Tema 1. La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en el contexto global

- 1.1. Globalización y RSC
- 1.2. Multinacionales y ética

Tema 2. Desarrollo económico

- 2.1. Indicadores de desarrollo
- 2.2. Países en desarrollo y su clasificación

Tema 3. La RSC y los organismos internacionales

- 3.1. Las Naciones Unidas

- 3.2. La Organización Internacional del Trabajo
- 3.3. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)
- 3.4. La Organización Mundial de Comercio
- 3.5. El Fondo Monetario Internacional
- 3.6. El Grupo Banco Mundial
- 3.7. Los Bancos Regionales de Desarrollo
- 3.8. Valoración de los últimos avances

Tema 4. La Unión Europea y la RSC

- 4.1. Iniciativas europeas en materia de RSC
- 4.2. La política de cooperación al desarrollo de la UE
- 4.3. Enfoque transversal de la RSC

METODOLOGÍA

La metodología es la propia de la enseñanza *online* en la que el material didáctico y cualquier otro elemento de apoyo al aprendizaje se proporciona al estudiante a través del aula virtual. Se utilizarán los siguientes elementos:

- Material didáctico:** son los contenidos especificados en el apartado anterior. El estudiante tendrá que memorizar estos contenidos puesto que constituyen el núcleo de lo que tendrá que exponer en el examen.
- Lecturas recomendadas:** estas lecturas servirán de apoyo al estudio de los temas. Permitirán enriquecer el debate y relacionar unos temas con otros.
- Páginas web:** la información actualizada ilustrará la relación de lo explicado en el tema con la actividad de las empresas y organismos.
- El trabajo en colaboración** estará representado por la intervención de los estudiantes en los foros del aula virtual, donde a través de sus preguntas y de las respuestas de sus compañeros y del profesor se podrán poner en común las distintas experiencias y percepciones.
- Método del caso:** a partir de un caso real, el estudiante, poniéndolo en relación con lo estudiado, tendrá que detectar los puntos fuertes y débiles, elaborando unas conclusiones y soluciones propias.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen tipo test
Preguntas test	25
Duración del examen	90 (minutos)
Material permitido en el examen	

No se permite ningún material en el examen.

Criterios de evaluación

Cada pregunta contestada correctamente suma 0,4 puntos y las incorrectas restan -0,1 puntos.

Se realizará una media entre la nota obtenida en el examen presencial y las notas obtenidas en las pruebas de evaluación continua (PEC) de los diferentes bloques.

% del examen sobre la nota final 50

Nota del examen para aprobar sin PEC

Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC

Nota mínima en el examen para sumar la 3
PEC

Comentarios y observaciones

Las PECs son obligatorias y no son recuperables.

CARACTERÍSTICAS DE LA PRUEBA PRESENCIAL Y/O LOS TRABAJOS

Requiere Presencialidad No

Descripción

Examen presencial en la semana de exámenes oficiales de la UNED.

Criterios de evaluación

Ponderación de la prueba presencial y/o los trabajos en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si, PEC no presencial

Descripción

Se realizará, al menos, una prueba de evaluación continua (PEC) por cada bloque.

Criterios de evaluación

Se realizará la media aritmética de las notas obtenidas en cada una de las PECs de los diferentes bloques. Las PECs son obligatorias y no son recuperables.

Ponderación de la PEC en la nota final 50%

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

Las características de las PECs las podrán encontrar en el curso virtual de la asignatura.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Se realizará una media de la nota obtenida en el examen y en las Pruebas de Evaluación Continua de los diferentes Bloques.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El material didáctico, actualizado en cada convocatoria, está expresamente elaborado por el equipo docente para este Máster y se proporcionará al estudiante a través del aula virtual.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Toda la bibliografía complementaria será accesible desde el curso virtual.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Junto al material didáctico elaborado por los profesores y proporcionado al estudiante a través del aula virtual, el módulo cuenta con otros recursos para facilitar su comprensión y estudio y la adquisición de las competencias, habilidades, destrezas y actitudes:

- **Actividades formativas** (lecturas y aprendizaje). Además de la lectura y aprendizaje de los temas, se ofrecerán documentos de lectura obligatoria para ampliar algunos conceptos básicos o conocer experiencias prácticas. Se incluyen también en este apartado los ejercicios de auto-evaluación, imprescindibles para que el estudiante supervise y corrija su propio aprendizaje.
- **Actividades de reflexión, opinión y crítica** (lectura crítica). A partir de la lectura de algunos artículos y documentos, el estudiante deberá dar respuesta de forma individual a preguntas de reflexión que se planteen y que se debatirán en los foros temáticos habilitados.
- **Recursos audiovisuales de la UNED.** Podrá acceder a programas, clases magistrales y conferencias que permitirán al estudiante obtener perspectivas diferentes sobre diversos temas.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.