



Sostenibilidad y
Responsabilidad
Social Corporativa
en Turismo
**Máster Universitario en
Dirección de Empresas
(MBA)**



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa en Turismo

Titulación: Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Curso Académico: 2019-20

Carácter: Optativa

Idioma: Español/Inglés

Modalidad: Presencial/ Semipresencial/ A Distancia

Créditos: 6

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: D. Enrique Martínez Cantero

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias básicas

CB6.- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias generales

CG3.- El alumno debe dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto.

CG4.- El alumno debe ser capaz de tratar situaciones complejas e impredecibles de forma sistemática y creativa, con juicio crítico, con información incompleta, asumiendo riesgos, tomando decisiones y comunicándolas a cualquier tipo de audiencia.

CG5.- El alumno debe ser capaz de comunicarse correctamente tanto oralmente como por escrito, utilizando la tecnología más actual.

CG6.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en la planificación e implementación de proyectos y decisiones.

CG7.- El alumno debe ser capaz de desempeñar diferentes roles dentro de un equipo, en particular el de líder.

CG8.- El alumno debe ser capaz de reconocer la necesidad del cambio y debe tener la habilidad necesaria para gestionarlo.

CG9.- El alumno debe ser capaz de actuar de forma autónoma en un marco de libertad responsable.

CG10.- El alumno debe ser capaz de aportar valor a la empresa mediante su creatividad y participación.

CG11.- Capacidad para integrar en la organización y gobierno de la empresa los valores y políticas de igualdad efectiva, especialmente entre mujeres y hombres y atención a la discapacidad.

Competencias específicas

CE38.- Capacidad para implementar en la práctica los conocimientos adquiridos en las asignaturas fundamentales.

1.2. Resultados de aprendizaje

- Comprender los cambios del sector turístico por la introducción de un modelo turístico sostenible.
- Entender la relación entre sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.
- Entender la relación existente entre eficiencia empresarial y la aplicación de técnicas de responsabilidad social en las mismas.
- Conocer las metodologías para la identificación de los stakeholders de las empresas turísticas y de evaluación de sus necesidades y expectativas.
- Identificar las diferentes áreas de trabajo de la RSC y las herramientas para la integración efectiva de la RSC en las organizaciones.
- Comprender y saber evaluar las memorias de RSC de las empresas turísticas.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

- Exponer los aspectos básicos de la sostenibilidad, su importancia para el turismo y su relación con la responsabilidad social empresarial.
- Revelar la importancia de la responsabilidad social empresarial como una herramienta de calidad en las empresas e instituciones turísticas.
- Explicar la relación entre la eficiencia empresarial y la responsabilidad social corporativa en turismo.
- Exponer la importancia de que las empresas turísticas sean responsables con el medioambiente, la sociedad y la economía.
- Identificar los stakeholders de las empresas turísticas.
- Conocer las diferentes áreas de trabajo de la RSC: ética y gobierno corporativo, empleados, medio ambiente, rendición de cuentas, etc.

2.3. Contenido detallado

TEMA 1. El nuevo paradigma empresarial: nuevas ventajas competitivas intangibles:

- Conceptos Fundamentales
- Filantropía, Responsabilidad Social, Creación de Valor Compartido
- Desarrollo sostenible y los ODS

TEMA 2. Política de Empresa Responsable:

- Ética, compliance y dirección por valores
- Dirección responsable del talento

- Gobierno de la cultura organizacional
- Buen Gobierno Corporativo

TEMA 3. Integración estratégica en el modelo de negocio:

- Grupos de interés y Materialidad
- Gestión responsable de la cadena de valor y economía circular
- La participación en los asuntos públicos (Agenda 2030)
- Del poder de Negociación al Valor Compartido
- Legitimidad y Licencia para operar
- Implementación de un Negocio Responsable

TEMA 4. Comunicación y Reputación Corporativa:

- RSE y comunicación (estándares)
- Información no Financiera
- De la imagen a la Reputación Corporativa

2.4. Actividades dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

- Actividad Dirigida 1 (AD1): participación individual en la resolución de Business Cases debatidos en las sesiones.
- Actividad Dirigida 2 (AD2): Trabajo grupal: análisis de los ODS y su vinculación con el turismo sostenible.
- Actividad Dirigida 3 (AD3): Trabajo grupal: análisis de adecuación de la memoria de sostenibilidad y/o Informe no financiero de una empresa turística.
- Actividad Dirigida 4 (AD4): Trabajo final: análisis y propuesta de mejora de la estrategia de Responsabilidad Social del TFM.

2.5. Actividades formativas

Modalidad Presencial:

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	100%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	100%
Tutoría	10	25%
Trabajo individual del estudiante	35	0%
Trabajo en grupo del estudiante	50	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	100%

Modalidad Semipresencial:

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	0%

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	10	0%
Tutoría	30	25%
Trabajo individual del estudiante	55	0%
Trabajo en grupo del estudiante	10	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	50%

Modalidad A Distancia:

Actividad formativa	Horas	Presencialidad
Clase magistral y fundamentos teóricos	35	0%
Explicación técnica para la resolución de casos relacionados con las asignaturas o materias	20	0%
Tutoría	20	0%
Trabajo individual del estudiante	35	0%
Trabajo en grupo del estudiante	30	0%
Puesta en común de resultados y procedimientos	10	20%

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	25%
Trabajos grupales	25%
Prueba final	50%

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	15%
Trabajos grupales	35%
Prueba final	50%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	20%
Trabajos grupales	30%
Prueba final	50%

Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

Modalidad: Semipresencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

Modalidad: A Distancia

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Trabajo individual	50%
Trabajos grupales	0%
Prueba final	50%

En todo caso, la superación de cualquier materia/asignatura, sin excepción, para las dos modalidades está supeditada a aprobar las pruebas finales presenciales correspondientes.

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para superar con éxito cualquier materia/asignatura, el alumno debe aprobar el examen final presencial. Esto es, en el examen final se debe alcanzar una calificación igual o superior a 5 en una escala de 0-10, siendo 0 la nota mínima y 10 la máxima.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolera en ningún caso el plagio o copia. Se considera plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de autoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará **Falta Grave** y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- ALMAGRO, J.J., GARMENDIA, J.A. y DE LA TORRE, I. (2010). Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE. Edinburgh: Pearson. Prentice Hall.
- BAZÁN, C, DE LA MORENA, J, CORTES, H (2016) Guía para la integración de la Responsabilidad Social Corporativa. Barcelona: Wolters Kluwer
- LAFUENTE, D (COORDINADOR) (2019). 9 Necesarios debates sobre la Responsabilidad Social. Comares Editorial.
- NACIONES UNIDAS (2015). Aprobación de la agenda para el desarrollo después de 2015 por la Asamblea General. Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO Y RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS (2016). El sector turístico y los Objetivos de Desarrollo Sostenible - Turismo responsable, un compromiso de todos.
- PORTER, M., & KRAMER, M. (2011). CREATING SHARED VALUE. HARVARD BUSINESS REVIEW, ENERO – FEBRERO.

Bibliografía recomendada

- CARROLL, A. (1999). Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional, Construct. Business & Society, 38(3), 268–295.
- DE LA CUESTA, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. Boletín Económico de Información Comercial Española, Volumen 2813, 45-58,
- DE LA CUESTA (2008). Políticas públicas y RSC en Responsabilidad social de las empresas. España: Ministerio de trabajo y asuntos sociales.
- MATHIESON, A. y WALL, G. (2006). Tourism change, impacts and opportunities. Edinburgh: Pearson. Prentice Hall.
- MORENO, A., URIARTE, L.M. y TOPA, G. (2010). La Responsabilidad social empresarial, Oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos. Madrid: Pirámide.
- OLCESE, A., RODRÍGUEZ, M.A. y ALFARO, J. (2008). Manual de la Empresa responsable y Sostenible. Madrid: McGrawHill.
- RODRIGUEZ, J. M. (2008). Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. Ekonomiaz, Revista vasca de economía, 65, 12-49.
- VALOR, C. y M. DE LA CUESTA (2007). Códigos éticos, análisis de la eficacia de su implantación entre las empresas españolas cotizadas. Revista Innovar, 17(30), 19-29.