

Guía docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Publicidad		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Educación para la Responsabilidad Social		
Tipo:	Formación Básica	Créditos ECTS:	6
Curso:	2	Código:	1926
Periodo docente:	Cuarto semestre		
Materia:	Empresa		
Módulo:	Sistema Empresarial Publicitario		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura Educación para la Responsabilidad social constituye el practicum de la asignatura Antropología fundamental, cursada en el cuatrimestre anterior. Centrada en la dimensión social e intersubjetiva de la persona humana, aborda las cuestiones técnicas, sociales, económico-empresariales de la Responsabilidad social, a la luz de la reflexión filosófica sobre la persona humana y su dignidad. Articulada en torno a la tríada pensamiento-realidad-acción contempla una doble dimensión teórico-práctica ordenada a la interiorización del valor de la solidaridad

COMPETENCIAS

Competencias básicas / generales / transversales

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Ser capaz de transmitir y ayudar a comprender al receptor de los medios de comunicación la realidad del mundo y la del hombre, incluidos sus fundamentos religiosos.

Adquirir la capacidad para plantear y responder creativamente a las preguntas fundamentales en torno al qué, el porqué y las consecuencias de los acontecimientos humanos, sociales, políticos y económicos.

Adquirir un pensamiento crítico, analítico, sintético, reflexivo, teórico y práctico para ser capaz de comprender la realidad y las necesidades de los anunciantes para elaborar mensajes persuasivos que se difundan a través de los medios de comunicación como soporte.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de un mensaje y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común, utilizando como soporte la publicidad y las Relaciones Públicas.

Ser capaz de transmitir a la opinión pública la diversidad cultural y social, a través de un discurso persuasivo.

Identificar la misión de la universidad.

Competencias específicas

Desarrollar, de forma compartida, un proyecto de servicio social concreto.

Cultivar actitudes de liderazgo y responsabilidad social en el desempeño personal y profesional.

Desarrollar criterios para la resolución de problemas y la toma de decisiones, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito personal.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

OBJETIVO

Se pretende que al finalizar la asignatura el alumno piense y actúe como un universitario socialmente responsable y tome conciencia de la responsabilidad social y de la necesidad de implicarse en primera persona.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Entender el sentido profundo del concepto de solidaridad.
2. Comprender la situación actual en sus luces y en sus sombras.
3. Conocer cual es la actitud que debe tener un universitario ante los problemas de hoy.
4. Tomar conciencia de la responsabilidad social y de la necesidad de implicarse en primera persona.
5. Adquirir los conocimientos teóricos y de experiencia que permitan al alumno entender su vida desde el compromiso social.
6. Conocer los principios de la Doctrina Social de la Iglesia
7. Reflexionar sobre su actitud personal ante el misterio del sufrimiento propio y ajeno.

TEMARIO

El punto de partida de la asignatura es plantearnos la posibilidad de cambiar el mundo, nuestro mundo, nuestro entorno personal y profesional...Y ¿cómo vamos a hacerlo?... Desde la reflexión y el estudio de una serie de temas que están directamente relacionados con esta forma de mirar, que transforma al que mira y transforma a los que son mirados por ella.

El temario que desarrollaremos en clase comienza con un estudio profundo del concepto de solidaridad, miraremos al pasado desde una reflexión sobre los distintos intentos que se han dado a lo largo del tiempo para luchar contra las situaciones de desigualdad e injusticia. Más tarde examinaremos la realidad del mundo actual, en sus luces y en sus sombras y veremos qué podemos hacer como universitarios para contribuir a la justicia social y al bien común.

METODOLOGÍA/ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

En esta asignatura se combinarán las lecciones magistrales donde el profesor expondrá sinópticamente los temas, con los estudios de casos, proyección de películas, debates y ejercicios prácticos.

Dentro de este espacio está pensada una tutoría, en la que el alumno tendrá que exponer al profesor y a la clase un trabajo de investigación y la memoria de prácticas.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En esta asignatura habrá dos sistemas de evaluación:

Continua: los alumnos que asistan a clase tendrán que haber aprobado las tutorías, la teoría y tener apto en sus Prácticas Sociales.

No Presencial: Los alumnos que no vengán a clase tendrán que superar las tres partes en las que se divide la asignatura (teoría, práctica y tutoría) pero el examen y los contenidos variarán con respecto a los alumnos que sigan una evaluación continua.

Los alumnos con dispensa académica se pondrán en contacto con el profesor y realizarán los trabajos que se les pida, la tutoría, sus prácticas sociales y se examinarán de los contenidos teóricos como el resto de sus compañeros que asisten a clase.

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

ANUARIO ESTADÍSTICO DE LA COMUNIDAD DE MADRID, 2008, Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid,

ANUARIO SOCIAL DE ESPAÑA, 2008 Fundación la Caixa, Barcelona,.

BANCO MUNDIAL, Informe sobre el desarrollo mundial, Washigton, DC, varios años.

BANCO MUNDIAL, 2000-2001 Lucha contra la pobreza,

BESTARD COMAS, J, 2004 Globalización, Tercer Mundo y Solidaridad, Biblioteca de autores cristianos, Madrid,

C. S. LEWIS, 1999. El problema del dolor, Rialp, Madrid

C. S. LEWIS, 1998 Una pena en observación, Anagrama, Barcelona

FRANKL, V., 1987 El hombre doliente, Barcelona, Herder

INFORME ESPAÑA, 2004 Una interpretación de su realidad Social, Fundación Encuentro, Madrid,.

LA SITUACIÓN DEL MUNDO, 2008 Informe Anual del wordwatch Institute, Icaria, Barcelona,.

MARÍAS, J., 1989 La felicidad humana, Madrid, Alianza,

POLAINO-LORENTE, A., (1993)"Más allá del sufrimiento", en Atlántida, 15, pp. 300-320.

SIGLITZ, J, 2002 El malestar en la globalización. Taurus, Madrid

SPAEMANN, R., (1993) "El sentido del sufrimiento", en Atlántida, 15, pp. 322-332

BUTCHER, J, 2003 "Hacia una cultura de servicio" La Autora. México,.

CARNEIRO, M, 2004. La responsabilidad Social Corporativa interna: la "nueva frontera" de los Recursos Humanos, ESIC, Madrid

COMUNICACIONES Y ACTAS de la XI Conferencia Anual de Ética, Economía y Dirección. EBEN. Responsabilidad social de la empresa (RSE): del por qué al cómo. ESADE.

GARCIA, E, La doctrina social de la Iglesia en el Nuevo Catecismo, Unión Editorial, Madrid, 1993.

FUNDACIÓN EMPRESA y SOCIEDAD, 2002-2007. La Acción social de la Empresa en España, Informe anual,

IUVE FUNDACIÓN, 2006 Empresas son personas, Voz de papel, Madrid,.

IUVE FUNDACIÓN, 2005 Ética y empresa. Edita Voz de papel. Madrid,.

MILCHELIN, F, 2002 El hombre y el trabajo, Pastoral Universitaria, Madrid,.

OSORIO GARCÍA DE OTEYZA, 2003 M, Voluntariado social, Centro de estudios Ramón Areces y Fundación Luís Vives, Madrid,

SAGAWA, S y SEGAL E, 2001 Interés común, bien común. Oxford University Press, México,.

VELARDE FUERTES, J. A. (1999): El Estado del bienestar. Acento editorial. Madrid.

VILLAPALOS, G, 1998 El libro de los valores, Editorial Planeta, Madrid.