



## **Máster Oficial en Consumo y Comercio**

Facultad de Comercio y Turismo  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

### **FICHA ASIGNATURA.**

**NOMBRE ASIGNATURA:** Responsabilidad Social y R. Civil del Consumidor

**NÚMERO DE CRÉDITOS:** 6 **CUATRIMESTRE:** 2º

**PROFESOR/A:** José Eugenio Castañeda

**Teléfono:** 91 394 6474

**Correo electrónico:** castaned@ucm.es

**Horario de tutorías:** El horario de tutorías se publicará en el Campus Virtual.

### **OBJETIVOS FORMATIVOS:**

Los alumnos con esta asignatura aprenden como una compañía comunica aquellos proyectos/acciones de RSE que realiza con el fin de mejorar su imagen y en definitiva su reputación corporativa ante los diferentes grupos de interés, siempre desde la coherencia con el resto de las estrategias y políticas de la empresa evitando que el mercado lo pueda percibir como una simple acción de marketing, sino como lo que realmente debe ser, una auténtica filosofía empresarial (misión, visión y valores).

Esta asignatura es una introducción y estudio de la Responsabilidad Social Empresarial. Por tanto, se ofrece al alumno una exposición de los conceptos fundamentales de la teoría y temas asociados como son: el buen gobierno de la empresa, las políticas de conciliación y la gestión de la diversidad en los equipos de trabajo, entre otros, como parte de la gestión responsable de la empresa.

### **COMPETENCIAS ACADÉMICAS Y PROFESIONALES**

#### **➤ Competencias Básicas:**

- CB6, CB7, CB8, CB9 y CB10

#### **➤ Competencias Generales:**

- CG1, CG3, CG5, CG6, CG7, CG8, CG9, CG10, CG11 y CG12



## Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

### ➤ *Competencias Transversales:*

- CT1, CT2, CT4, CT5, CT6 y CT11

### ➤ *Competencias Específicas:*

- CE9, CE10, CE11, CE12, CE13, CE14 y CE15

### **METODOLOGÍA DOCENTE:**

#### ➤ **Clases teóricas:** 40%

#### ➤ **Clases prácticas:** 30%

- Seminarios,
- exposiciones,
- presentaciones, y
- otras actividades

#### ➤ **Trabajo individual/grupo:** 30%

- análisis documental
- análisis empírico
- estado del arte
- clasificación bibliográfica,
- etc.

#### ➤ **TOTAL:** 100%

### **TEMARIO:**

A efectos indicativos de las materias a tratar durante el curso y no como un temario completo a seguir durante la explicación del curso y exigible en el mismo, indicaremos las principales líneas sobre las que se elaborará el programa concreto para este año académico:

- Apunte Histórico de la RESC



# Máster Oficial en Consumo y Comercio

Facultad de Comercio y Turismo  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

- Qué es la RESC
- RESC y ética empresarial
- Aspectos Jurídico de la RESC
- Actores de la RESC
- Marco Comunitario y Español de la RESC
- Modelos de implantación de la RESC
- Comunicación y Gestión de la imagen corporativa
- Figuras clave en la exigencia de la responsabilidad en el consumo
- Concepto de responsabilidad civil
- Responsabilidad civil consumidores. La inversión de la carga de la prueba
- Responsabilidad social del consumidor
- Diversos supuestos legislativos de responsabilidad civil en el consumo y sus exigencias
- Los conflictos de consumo

## **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:**

- De la Cuesta, M. Responsabilidad social corporativa. Universidad Pontificia de Salamanca. Salamanca, 2004.
- Fernández Gago, R. Administración de la responsabilidad social corporativa Thomson Paraninfo, Madrid, 2005.
- Navarro García, F. Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica ESIC Editorial. Madrid, 2008.
- Olcese Santonja, A. Manual de la empresa responsable y sostenible McGraw-Hill. Madrid, 2008.
- Caneiro Caneda, M. La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los recursos humanos. ESIC Editorial. Madrid, 2004.
- Epstein, M. – Birchard, H. La empresa honesta: como convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja. Paidós Ibérica. Madrid, 2005.
- Osario, M. Empresa y ética: la responsabilidad social corporativa. Voz de papel. Madrid, 2005.
- Satorras Fioretti, R.M. Responsabilidad social corporativa: la nueva conciencia de las empresas y entidades. J.M. Bosch. Barcelona, 2008.
- Velasco G. Responsabilidad social corporativa: aspectos jurídico-económicos. Universitat Jaume I. Castellón 2004.
- Más Allá. Empresa y Sociedad en un mundo en transformación. Mario Raich, Simon L. Dolan, Profit Editorial, 2009.



## **Máster Oficial en Consumo y Comercio**

Facultad de Comercio y Turismo  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

- La promoción de Empresas Sostenibles. Conferencia Internacional del Trabajo. 96ª Reunión 2007, OIT, 2007.
- Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y Práctica. Fernando Navarro García, ESIC Editorial, 2008.
- El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial. Horacio Martínez Herrera, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005.
- El corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y Conciliación de la vida profesional y personal. Alejandro Córdoba Largo, ESIC Editorial, 2007.
- La Responsabilidad Social de las Empresas y los nuevos desafíos de la Gestión Empresarial. Tomás G. Perdiguero y Andrés García Reche [Editores], PUV, 2005.

### **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Exámenes: Participación en la Nota Final: 70 %

La evaluación será continua, computándose todos los conocimientos sobre la asignatura, mostrados por el alumno a lo largo del curso. El examen final será oral o escrito, en este caso con preguntas tipo test y/o preguntas cortas de desarrollo, según determine cada profesor. También será posible una evaluación final total de la materia de la asignatura en el supuesto que el alumno, opte por esta posibilidad, al no participar en los criterios de evaluación continuada

Otras actividades: 30 %, como máximo, de la Nota Final

Elaboración de trabajos, comentarios de sentencias, resolución de casos prácticos, redacción de documentos, etc. La valoración comprenderá la asistencia a las clases teóricas y prácticas, las intervenciones del alumno en las prácticas, el uso de la terminología jurídica, el manejo de las fuentes, la resolución de los casos, la capacidad de interrelacionar los conocimientos de las distintas materias e instituciones jurídicas estudiadas etc.

### **SISTEMA DE CALIFICACIÓN:**

La NOTA FINAL se obtendrá sumando la calificación obtenida en la valoración de "otras actividades", (30% máximo), a la obtenida en la/s prueba/s escrita/s u oral/es de carácter teórico. Para la incorporación de la nota obtenida en otras actividades, señaladas anteriormente, a la Nota Final del curso, será condición imprescindible haber aprobado la/s prueba/s teórica/s.

En los exámenes escritos habrá completa información acerca del valor asignado a cada tipo de pregunta, existencia o no de coeficientes reductores en los tests, puntuación mínima requerida para aprobar, etc.



## **Máster Oficial en Consumo y Comercio**

Facultad de Comercio y Turismo  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

Para el supuesto de examen oral, éste se realizara en el día señalado al efecto por la Dirección del centro y la hora indicada por el profesor mediante aviso de convocatoria, por los procedimientos habituales.

### **OTROS RECURSOS**

- Bases de datos y páginas web: boe.es (legislación); noticias.jurídicas.com (leyes vigentes actualizadas); aranzadi.es (noticias de jurisprudencia y bibliografía); dialnet.unirioja.es (bibliografía por autores), entre otras.
- Revistas de especial interés para la asignatura: Anuario de Derecho civil, Revista de Derecho privado, Revista crítica de Derecho inmobiliario. Derecho privado y Constitución. Actualidad civil. Revista General de Legislación y Jurisprudencia