



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

1. ASIGNATURA / COURSE

FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (MARKETING Y RECURSOS HUMANOS)

1.1. Nombre / Course Title

MARKETING EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

1.2. Código / Course Code

31884

1.3. Tipo / Type of course

OPTATIVA

1.4. Nivel / Level of course

MASTER

1.5. Curso / Year of course

PRIMERO

1.6. Semestre / Semester

SEGUNDO

1.7. Número de créditos / Number of Credits Allocated

2,5 CRÉDITOS ECTS



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

1.8. Requisitos Previos / Prerequisites

ESTA ASIGNATURA SE IMPARTE EN ESPAÑOL

1.9. ¿Es obligatoria la asistencia? / Is attendance to class mandatory?

1.10. Datos del profesor/a / profesores / Faculty Data

Web del Departamento

[http://www.uam.es/ss/Satellite/Psicologia/es/1234889176591/subhomeDepartamento/Departamento de Psicología Basica.htm](http://www.uam.es/ss/Satellite/Psicologia/es/1234889176591/subhomeDepartamento/Departamento%20de%20Psicologia%20Basica.htm)

Nombre del Profesor	Benjamín Sierra Díez
Centro	Psicología
Despacho	104 (Módulo 5)
Correo electrónico	benjamin.sierra@uam.es
Teléfono	91 497 5207
Web	
Horario Tutoría	Ver página web

1.11. Objetivos del curso / Objective of the course

MARKETING Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

OBJETIVO GENERAL

- Conocer las implicaciones de la aplicación de los conceptos y métodos del marketing a la gestión de los recursos humanos.
- Conocer cómo estudiar y gestionar las relaciones de intercambio organización-trabajador

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer cómo estudiar y gestionar la motivación del trabajador
- Conocer cómo estudiar y gestionar la in/justicia percibida en el intercambio con la organización
- Conocer cómo estudiar y gestionar la in/satisfacción del trabajador con la organización
- Conocer cómo estudiar y gestionar la comunicación con el cliente interno

1.12. Contenidos del Programa / Course Contents

MARKETING Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- Introducción. Marketing y Dirección de RRHH.



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

- Relaciones de intercambio trabajador-organización. Contrato psicológico
- Relación equilibrada: Justicia percibida y satisfacción
- El valor de las aportaciones personales
- Intercambio económico y social: Incentivos, motivación y rendimiento
- Autonomía personal y relación de intercambio
- Impacto del Clima organizacional en el cliente interno
- Efectos de los desequilibrios en las relaciones de intercambio
- Comunicación de la ruptura de la relación del intercambio

1.13. Referencias de Consulta Básicas / **Recommended Reading.**

MARKETING Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

LIBROS:

- Albrecht, K. (1992) Servicio al cliente interno. Barcelona: Paidós
- **Ariely, D. (2010). Las ventajas del deseo. Barcelona: Ariel. Capítulos. CAPÍTULO 1, 2, 3, 4 y 5**
- **Barranco Saiz, F.J. (2000), Marketing interno y gestión de recursos humanos, Madrid: Pirámide. Lectura de los capítulos del 1 al 7.**
- Krueger, R.A. (1991) El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada. Madrid: Pirámide. Lectura para el bloque técnicas cualitativas aplicadas a los recursos humanos.
- **Levionis, M. (1990) Marketing interno y gestión de recursos humanos. Madrid: Díaz de Santos.**
- Primo Niembro, D. y de Andrés Rivero, E. (2010) **Sé innovadorRH. Utiliza las claves del marketing para potenciar la gestión de personas. Madrid: ESIC. CAPÍTULO 1**
- **Tomasello, M. (2009) ¿Por qué cooperamos? Buenos Aires: Katz**

ARTÍCULOS:

- Austin, W. et al (1980). Internal standards revisited: Effects of Social Comparison and Expectancies on judgments of fairness and satisfactor. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 426-441
- Highhouse, S. (1996). Context-Dependent selection: The effects of decoy and phantom job candidates. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 65, 1, 68-76.
- Locke, E. (1967). Motivational effects of knowledge of results: Knowledge or goal setting. *Journal of Applied Psychology*, vol. 51, 4, 324-329.
- Li, A. et al. (2011). The effects of managerial regulatory fit priming on reaction to explanations. *Organization Behavioral and Human Decision Processes*. DOI:10.1016/j.obhdp.2011.01.003.
- Slaughter, J. et al. (2010). The decoy effect as a covert influence tactic. *Journal of Behavioral Decision Making*, DOI: 10.1002/bdm.687

2. Métodos Docentes/**Teaching methods**

MARKETING Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Para conseguir que los alumnos adquieran los conocimientos que configura la asignatura y así



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

alcanzar los objetivos formulados, se emplearán los siguientes métodos docentes: 1) Clases magistrales; 2) Ejercicios prácticos en el aula; 3) Casos prácticos; 4) Prácticas de laboratorio y/o de campo y 4) Seminarios-conferencias.

3. Tiempo estimado de Trabajo del Estudiante / Estimated workload for the student

Actividades docentes	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total horas
Clases magistrales	14		14
Prácticas en el aula	6		6
Realización y participación otras actividades prácticas		3	3
Tutorías	1		1
Preparación de la evaluación	1		1
Total	22		25

4. Métodos de Evaluación y Porcentaje en la Calificación Final / Assessment Methods and Percentage in the Final marks

MARKETING Y DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA	
ACTIVIDAD:	PORCENTAJE:
Evaluación de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura: Examen mediante prueba objetiva	60 %
Actividades Prácticas: asistencia + participación + elaboración de informes + prueba objetiva	35 %



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

Otras actividades prácticas: Asistencia + elaboración de informes + prueba objetiva	5 %
TOTAL	100 %

5. Cronograma de Actividades (opcional) / Activities Cronogram (optional)

Actividad	Nº aproximado de sesiones	Semana aproximada del primer semestre
CLASES TEÓRICAS	12 HORAS EN 4 SESIONES	A DESIGNAR
ACTIVIDADES PRÁCTICAS	6 HORAS EN 4 SESIONES	A DESIGNAR
EVALUACIÓN	2 HORAS	A DESIGNAR



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

1. ASIGNATURA / COURSE

FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS (RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA)

1.1. Nombre / Course Title

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
SOCIAL RESPONSABILITY CORPORATE

1.2. Código / Course Code

31884

1.3. Tipo / Type of course

OPTATIVA

1.4. Nivel / Level of course

MÁSTER

1.5. Curso / Year of course

PRIMERO
1º

1.6. Semestre / Semester

SEGUNDO
SECOND

1.7. Número de créditos / Number of Credits Allocated

2,5 CRÉDITOS ECTS



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

1.8. Requisitos Previos / Prerequisites

Interés en el conocimiento de la dimensión social de las empresas y de la responsabilidad de su impacto en la sociedad.

1.9. ¿Es obligatoria la asistencia? / Is attendance to class mandatory?

Se recomienda la asistencia del alumno a las sesiones presenciales y a las conferencias relacionadas con el temario. La asistencia a las clases presenciales supone un 1 punto en la calificación. La asistencia a dos conferencias relacionadas con el programa supone un 1 punto en la calificación

1.10. Datos del profesor/a / profesores / Faculty Data

Profesora Isabel de la Torre Prados

Catedrática de Sociología

Módulo E-5 Despacho E-5-204

Tel.: (+34) 91 497 4711 Fax: (+34) 91 497 4259

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/ Francisco Tomás y Valiente, 5

Universidad Autónoma de Madrid 28049 Madrid

1.11. Objetivos del curso / Objective of the course

El objetivo de la asignatura es describir y analizar el modelo de gestión socialmente responsable de las empresas que asumen este compromiso público de actuación con los grupos afectados: empleados, clientes, accionistas, proveedores y comunidad local, así como la atención al medio ambiente y la acción social. Se prestará una especial atención a la gestión socialmente responsable de los RR HH.



En el desarrollo de ese objetivo general se ejercitarán las siguientes **competencias específicas**:

1. Conocer y comprender los requerimientos actuales de las empresas en el entorno de un mercado global y en el marco de una sociedad sostenible.
2. Conocer y comprender la necesidad de un comportamiento ético en los negocios.
3. Identificar las variables y los procedimientos de una gestión socialmente responsable.

El alumno ejercitará asimismo las siguientes **competencias genéricas**:

- Capacidad teórica de análisis y síntesis.
- Capacidad creativa para encontrar nuevas ideas y soluciones.
- Capacidad para detectar oportunidades y amenazas.
- Desarrollo de iniciativas y espíritu emprendedor.
- Capacidad crítica y de autocrítica.
- Capacidad para trabajar en equipo.
- Capacidad de liderazgo: habilidad para convencer, influir y motivar a otros.
- Habilidad para trabajar en un contexto de carácter internacional.
- Habilidades de comunicación a través de internet y manejo de herramientas multimedia para la comunicación a distancia.
- Habilidades para la presentación en público de trabajos, ideas e informes.
- Gestionar eficazmente el tiempo.
- Interés demostrado por la calidad y el trabajo bien hecho.



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

Los resultados del aprendizaje que se esperan son los siguientes:

- **Conocimientos relativos a la naturaleza y fundamentos de la RSC.**
- **Identificar las dimensiones de la Responsabilidad Social Corporativa de las Empresas con especial atención a los Recursos Humanos.**
- **Analizar modelos de gestión socialmente responsables aplicados por empresas españolas en los Recursos Humanos.**
- **Examinar desde una perspectiva crítica el contenido de las Memorias de RSC y Sostenibilidad de empresas españolas.**
- **Comparar las Guías de Evaluación de RSC y los procedimientos de verificación.**
- **Identificar Buenas Prácticas de RSC en la gestión de Recursos Humanos. Estudio de casos.**

1.12. Contenidos del Programa / [Course Contents](#)

TEMA 1. Naturaleza y fundamentos de la RSC

1. 1.La empresa socialmente responsable. Principales retos económicos, sociales y ambientales en el actual contexto de interdependencia mundial.

1.2. Fundamentos de la RSC: Ética, Derechos Humanos y Valores.



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

TEMA 2. Institucionalización de la RSC

2.1. Declaraciones institucionales y de organismos reguladores a escala internacional: Global Compact, OCDE, Comisión Europea, Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000.

4. Pronunciamientos institucionales en España: Consejo Estatal de la Responsabilidad Social de la Empresa, Observatorio de la RSE.

TEMA 3. Dimensiones de la Responsabilidad Social de la Empresa

3. 1. Dimensión externa: Actuaciones socialmente responsables de las empresas en Medio Ambiente y en Acción Social.

3.2. Dimensión interna: Gestión Socialmente Responsable en Recursos Humanos. Los Códigos de Conducta.

TEMA 4. Actuaciones socialmente responsables en la gestión de RR HH.

4.1. Gestión de la diversidad. Igualdad de oportunidades. Conciliación de la vida laboral y familiar.

4.2. Formación. Planes de carrera. Promoción directiva.

1.13. Referencias de Consulta Básicas / [Recommended Reading.](#)

AECA (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa Doc 1. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

Comisión Europea (2011) *Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas* Bruselas.

Chinchilla, N. Y Moraga, M. (2009) *Dueños de nuestro destino. Cómo conciliar la vida profesional, familiar y personal*, Ariel, Barcelona.

De la Torre, I. y Borrajo, F. (2012) "Gestión de la Diversidad. El caso INDRA" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 12 pp. 125-148

De la Torre, I. (2010) "Actualidad de la Responsabilidad Social de la Empresa" *Revista Sociedad y Utopía*, nº 35 –Dossier- pp. 137-281

De la Torre, I., Almagro, J. J. y Garmendia, J. A. (2009) *Responsabilidad Social. Una reflexión global sobre la RSE*, Madrid, Pearson Prentice Hall

De la Torre, I. (2008) "Fundamentos de la Responsabilidad Social de la Empresa" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 1 pp. 28-42

DIRSE (2014) *I Estudio de la Función de la Responsabilidad Social de la Empresa Española*, Madrid

Durán, J. J. (2009) "Gobernanza, responsabilidad social y medioambiental de la empresa multinacional. Proceso estratégico" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 3 pp. 15-52

Durán, J. J. (2011) "Gestión en valores en la empresa socialmente responsable" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 9 pp. 41-70

Ortega Gaspar, M. (2012): "Evolución de las políticas sociales de conciliación en Europa" en *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, Mayo-Agosto, volumen 11, 45-76, Fundación Luis Vives, Madrid

Saavedra, I., Fernández, V. y López, M^a D. (2010) "Modelo de gestión ética de recursos humanos: un enfoque basado en la teoría de recursos y capacidades" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, vol. 2 nº 1 pp. 15-41

Vives, A. (2009): "Estrategias de Responsabilidad Social en un contexto global: Empresas multinacionales en América latina" *Revista Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 3, pp. 101-130



2. Métodos Docentes/**Teaching methods**

1. Clases teóricas: exposición oral de los contenidos fundamentales de cada tema.
2. Clases prácticas: resolución por parte de los alumnos de ejercicios y casos prácticos relacionados con los temas expuestos.
3. Lecturas y otros trabajos individuales: trabajos voluntarios y de corta extensión en los que se comenta críticamente lecturas previamente seleccionadas.
4. Trabajo en grupo: Trabajo obligatorio, realizado en grupos de dos o tres alumnos, sobre distintos apartados del programa. Exposición oral del mismo.

3. Tiempo estimado de Trabajo del Estudiante / **Estimated workload for the student**

Actividades docentes	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total horas
Clases magistrales	20		20
Prácticas en el aula			
Realización y participación otras actividades prácticas		10	10
Tutorías			
Preparación de la evaluación		15	15
Total			45



Asignatura: FRONTERAS EN LA DIRECCIÓN DE
RECURSOS HUMANOS
Código: 31884
Grupo: FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Titulación: MÁSTER EN DIRECCIÓN DE RECURSOS
HUMANOS
Tipo: OPTATIVA
Nº Créditos: 5
Curso Académico: 2015/2016

4. Métodos de Evaluación y Porcentaje en la Calificación Final / Assessment Methods and Percentage in the Final marks

La evaluación se realizará con los siguientes criterios:

- Realización de trabajos en grupo con exposición oral y entrega de documento escrito representa 6 puntos de la calificación sobre 10. Las tareas grupales se organizarán en torno a un tema relacionado con el programa.
- La asistencia a clase representa un 1 punto.
- La asistencia a dos conferencias supone 1 punto.
- La cumplimentación de ejercicios prácticos a la finalización de los temas explicados se califica con 2 puntos.
- Calificación máxima de 10 puntos.

El alumno que no obtenga la calificación mínima de 5 puntos deberá presentarse al examen en la convocatoria extraordinaria. En los casos de resultados negativos en la parte práctica, el estudiante deberá realizar tareas individuales encargadas por la profesora.

Las calificaciones no se guardarán de un curso para el siguiente.