

1.- Asignatura / Course Title

- Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos/ Human Resources borders

1.1.- Código / Course code

- 31884

1.2.- Materia / Content area

- Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos/ Human Resources borders. Contenido: Marketing y Recursos Humanos/ I Marketing and Human Resources (2,5 ECTS) y Responsabilidad Social Corporativa/ Social Responsibility Corporate (2,5 ECTS)

1.3.- Tipo / Course type

- Formación optativa / Elective subject

1.4.- Nivel / Course level

- Máster / Master (second cycle)

1.5.- Curso / Year

- 1º / 1st

1.6.- Semestre / Semester

- 2º / 2nd (Spring semester)

1.7.- Número de créditos ECTS / ECTS allotment

- 5 créditos ECTS / 5 ECTS credits

1.8.- Requisitos previos / Prerequisites

- Esta asignatura se imparte en Castellano. Se necesita disponer de un nivel de inglés que permita al alumno leer bibliografía de consulta / This course is taught in Spanish. Students must have a suitable level of English to read references in the language.

Asignatura:	Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos
Código:	31884
Centro:	Facultad de Psicología
Titulación:	Psicología
Nivel:	Master
Tipo:	Optativa
Créditos:	5 ECTS

1.9.- Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales / Minimun attendance requirement

- La evaluación es continua y se lleva a cabo a través de las actividades que se realizan tanto dentro como fuera de clase. Se recomienda la asistencia del alumno a las sesiones presenciales y a las conferencias relacionadas con el temario

Asignatura:	Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos
Código:	31884
Centro:	Facultad de Psicología
Titulación:	Psicología
Nivel:	Master
Tipo:	Optativa
Créditos:	5 ECTS

1.10.- Datos del Equipo Docente / Faculty Data

Docente(s) / [Lecturer\(s\)](#):

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

Nombre del Profesor	Benjamín Sierra Díez
Centro	Psicología
Despacho	512 (Módulo 5)
Departamento	Psicología Básica
Correo electrónico	benjamin.sierra@uam.es
Teléfono	91 497 5207

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

Profesor/a: A determinar
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento de Sociología

1.11.- Objetivos del curso / Course objectives

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

(CE4v) Conocerán y sabrán transferir los conceptos y procedimientos del marketing a la gestión y desarrollo interno de Recursos Humanos

(CE4w) Valorarán el enfoque de la responsabilidad social corporativa en función de la tipología de empresa y el ámbito en el cual desarrolla su actividad.

OBJETIVOS:

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

OBJETIVOS GENERALES

- 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

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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.

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.

Asignatura:	Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos
Código:	31884
Centro:	Facultad de Psicología
Titulación:	Psicología
Nivel:	Master
Tipo:	Optativa
Créditos:	5 ECTS

- 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

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

- Introducción. Marketing y Dirección de RRHH.
- 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

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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.

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 del consulta / Course Bibliography

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

LIBROS:

- Albrecht, K. (1992) Servicio al cliente interno. Barcelona: Paidós
- Ariely, D. (2010). Las ventajas del deseo. Barcelona: Ariel. Capítulos. CAPÍTULOS 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.
- Levionois, 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

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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

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 methodology

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

Para conseguir que los alumnos adquieran los conocimientos que configuran la asignatura y así 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.

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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 de trabajo del Estudiante / Student workload

Contenido: Marketing y Recursos Humanos.

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

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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

4.- Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

La calificación final de la asignatura se calculará utilizando la media de las calificaciones de cada uno de los contenidos, ponderándose cada módulo con un 1/2 del total.

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

Contenido: Responsabilidad Social Corporativa

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.

Asignatura: Fronteras en la Dirección de Recursos Humanos
Código: 31884
Centro: Facultad de Psicología
Titulación: Psicología
Nivel: Master
Tipo: Optativa
Créditos: 5 ECTS

5.- Cronograma / Course calendar

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