

SÍLABO

Responsabilidad Social y Asuntos Comunitarios

Código	ASUC01527	Carácter	Obligatoria
Prerrequisito	Gestión de la Imagen y Reputación Corporativa		
Créditos	4		
Horas	Teóricas	2	Prácticas 4
Año académico	2022		

I. Introducción

Responsabilidad Social y Asuntos Comunitarios es una asignatura de especialidad de carácter obligatorio. Se ubica en el octavo período de la Escuela Académico Profesional de Ciencias y Tecnologías de la Comunicación. Es prerrequisito de la asignatura Negociación y Manejo de Crisis. Desarrolla, a nivel logrado, la competencia específica Comunicación Corporativa. Su relevancia reside en desarrollar la comunicación estratégica interna que aporte al desarrollo social.

Los contenidos generales que la asignatura desarrolla son los siguientes: conceptos, marco conceptual y legal para incorporar las relaciones comunitarias en los objetivos estratégicos y en la generación de valor de la organización. Supone el planeamiento, aplicación y evaluación de las relaciones comunitarias y la responsabilidad social. Analiza las estrategias de comunicación, programas de comunicación, implementación de acuerdos y gestión de conflictos. Explicita los criterios para el diseño de acciones de comunicación y para la producción de mensajes a través de distintos medios de comunicación: la representación, la información a través de la comunicación verbal y no verbal, el empleo de distintos soportes materiales para la transmisión de mensajes.

II. Resultado de aprendizaje de la asignatura

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar planes comunicacionales para el logro de objetivos organizacionales con enfoque de responsabilidad social, considerando la perspectiva de las comunidades.

III. Organización de los aprendizajes

Unidad 1 Relacionamiento comunitario en la generación de valor		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al final de la unidad, el estudiante estará en la capacidad de explicar qué es el relacionamiento comunitario, la responsabilidad social y la generación de valor en la organización, como parte del desarrollo de la responsabilidad social en el ámbito de intervención de la organización.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. De la filantropía a la responsabilidad social 2. Conceptos de la responsabilidad social 3. Base legal de la responsabilidad social 4. Responsabilidad social y responsabilidad social corporativa 5. Sostenibilidad y sustentabilidad 6. Relacionamiento comunitario 7. Relaciones comunitarias en los objetivos estratégicos 8. Generación de valor de la organización 		

Unidad 2 Planeamiento y evaluación de acciones de responsabilidad social		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al cierre de esta unidad, el estudiante será capaz de aplicar el planeamiento y evaluación a las acciones de responsabilidad social, desde una perspectiva de relacionamiento comunitario.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de intervenciones de responsabilidad social y relacionamiento comunitario 2. Elaboración de planes, programas y proyectos 3. Planificación anticipatoria, estratégica y operativa 4. Gestión por resultados y gestión por procesos 5. Marco Lógico. Árbol de problemas, árbol de soluciones y matriz de marco lógico 6. Gestión de acciones de responsabilidad social y relacionamiento comunitario 7. Seguimiento y evaluación de las relaciones comunitarias y la responsabilidad social 8. Medición de impacto de acciones de relacionamiento comunitario y responsabilidad social 		

Unidad 3 Estrategias de comunicación y gestión de conflictos		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad	Al final de la unidad, el estudiante estará en la capacidad de analizar el uso de estrategias de comunicación, planes y programas para la gestión de la conflictividad.		
Ejes temáticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conflictividad social 2. Diálogo social 3. Estrategias de comunicación 4. Planes y programas de comunicación 5. Gestión anticipatoria 6. Gestión de situaciones de conflictividad 7. Gestión de compromisos e implementación de acuerdos 8. Comunicación de crisis 		

Unidad 4 Acciones de comunicación		Duración en horas	24
Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al cierre de la unidad, el estudiante será capaz de desarrollar planes que contengan acciones de comunicación de crisis, comunicación para el desarrollo, comunicación social y comunicación política, en el marco de la de responsabilidad social y el relacionamiento comunitario.		
Ejes temáticos:	1. Diseño de acciones de comunicación y producción de mensajes 2. Medios de comunicación y representación. Comunicación verbal y no verbal. Soportes para la transmisión de mensajes 3. Comunicación como proceso en el diálogo social 4. Comunicación de crisis y blindaje comunicacional 5. Comunicación para el desarrollo 6. Comunicación social para la gestión social 7. Comunicación política 8. Vocería y representatividad		

IV. Metodología

Modalidad Presencial

La metodología empleada en esta asignatura será eminentemente experiencial y colaborativa. Se incidirá en el:

- Aprendizaje colaborativo
- Aprendizaje experiencial
- Estudio de casos

V. Evaluación

Modalidad Presencial

Rubros	Unidad por evaluar	Fecha	Entregable / Instrumento	Peso parcial	Peso total
Evaluación de entrada	Prerrequisito	Primera sesión	- Evaluación individual teórica / Prueba objetiva	0 %	
Consolidado 1 C1	1	Semana 1 - 4	- Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo	40 %	15 %
	2	Semana 5 - 7	- Evaluación grupal: trabajo grupal sobre el planteamiento de una matriz de marco lógico / Rúbrica de evaluación	60 %	
Evaluación parcial EP	1 y 2	Semana 8	- Trabajo práctico grupal: propuesta de responsabilidad social / Rúbrica de evaluación	35 %	
Consolidado 2 C2	3	Semana 9 - 12	- Exposición grupal: plan de relacionamiento comunitario / Rúbrica de evaluación	40 %	15 %

	4	Semana 13 - 15	- Trabajo práctico grupal: plan de comunicación / Rúbrica de evaluación	60 %	
Evaluación final EF	Todas las unidades	Semana 16	- Exposición grupal: estrategia de relaciones comunitarias / Rúbrica de evaluación	35 %	
Evaluación sustitutoria*	Todas las unidades	Fecha posterior a la evaluación final	- Aplica		

* Reemplaza la nota más baja obtenida en los rubros anteriores.

Fórmula para obtener el promedio:

$$PF = C1 (15 \%) + EP (35 \%) + C2 (15 \%) + EF (35 \%)$$

VI. Bibliografía

Básica

Montoya, B., Martínez, P. (coord.). (2012). *Responsabilidad social empresarial: una respuesta ética ante los desafíos globales*. Cátedra de Economía Social de Mercado Konrad Adenauer: Röd Consultoría, comunicación & rp. <https://bit.ly/3uC96Xa>

Complementaria

Atzpodien, D. (2020). The SPD in a balancing act between government responsibility and conviction-Migration in parliamentary party competition. *Zeitschrift Fur Vergleichende Politikwissenschaft*, 14(2), 123–148.

<https://doi.org/10.1007/s12286-020-00445-6>

Herrera, J., Larrán, M. y Martínez-Martínez, D. (2013). Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. *Cuadernos de Gestión*, 13(2), 39–65.

<https://doi.org/10.5295/cdg.120360jh>

Hoepner, A. y Schopohl, L. (2020). State pension funds and corporate social responsibility: do beneficiaries' political values influence funds' Investment decisions? *Journal of Business Ethics*, 165(3), 489–516.

<https://doi.org/10.1007/s10551-018-4091-z>

VII. Recursos digitales

Quantitative Shop. (7 de febrero de 2018). *Aplicaciones y herramientas para el monitoreo de proyectos* [Video]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=exl3G06g6Wo>