



UNIDAD DIDÁCTICA COMUNICAR LA RS

Duración: 5 horas

Personal docente: D. Juan Luis Manfredi Sánchez. *Profesor Contratado Doctor.*

JUSTIFICACIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial, como modelo de gestión, se sustenta en estrategias permanentes de comunicación.

Para que una empresa sea reconocida como socialmente responsable y pueda garantizar su competitividad debe conocer las expectativas de las partes interesadas, ajustar su accionar a estas expectativas, comunicar para integrar su estrategia de RSE en el total de la corporación y rendir cuentas.

Se entiende, por tanto, como responsable a aquella organización que implementa la RSE “hacia fuera” (comunicando su estrategia al entorno), y “hacia adentro”, integrando a las personas que forman parte de la organización. Esto se traduce, a la hora de hablar de la “organización responsable”, en la adopción de nuevas estrategias de comunicación, en los nuevos usos de las herramientas de comunicación tradicionales y en la creciente utilización de otras más novedosas.

Vivimos, además, en una sociedad donde la generación e intercambio de información crece a un ritmo vertiginoso. Cambian las formas de comunicarse y las plataformas de transmisión de la información crecen a un ritmo casi inabarcable. Las formas y vías a través de las cuales las organizaciones y las personas se comunican cambian aceleradamente.

Las redes sociales tienen un crecimiento exponencial y se postulan como las grandes vías de comunicación para los próximos años. En el caso de la comunicación de la RSE se empieza a conocer como RSE 2.0.



OBJETIVOS:

- Comprender la importancia de la comunicación de las prácticas responsables en la organización.
- Describir y analizar los principales elementos y procesos de comunicación en la organización y cómo influyen en la estrategia de RSE.
- Conocer las principales herramientas a través de las cuales la organización puede transmitir su estrategia RSE.
- Analizar la importancia de los nuevos canales de comunicación telemática.
- Introducir el concepto de RSE 2.0.
- Interpretar los estudios de casos sobre la comunicación de RSE.
- Profundizar en el concepto de la comunicación responsable.
- Capacitar en el uso de las principales herramientas de comunicación responsable.



CONTENIDOS:

- Introducción:
 - ¿Qué entendemos por comunicación?
 - Elementos y funciones de la comunicación en la organización.
 - Las etapas del proceso de comunicación organizacional.
 - Las redes de comunicación formal e informal.
 - Tipos de comunicación: interna y externa.
 - El plan de comunicación: diagnóstico, objetivos, estrategia, creación de materiales y medios, plan de ejecución, seguimiento y evaluación.
- La Comunicación responsable:
 - Los pilares de la comunicación responsable.
 - La comunicación con los grupos de interés. Estrategias y herramientas.
 - Las claves de la comunicación responsable. ¿Marketing puro o RSE?
- Herramientas de comunicación de la RSE:
 - Herramientas de comunicación interna.
 - Ejemplos de buenas prácticas de comunicación interna.
 - Herramientas de comunicación externa.
 - Ejemplos de buenas prácticas de comunicación externa.
- RSE 2.0: La creación de valor a través de los medios sociales:
 - Introducción: RSE 2.0 = RSE + Web 2.0
 - Claves de los social media para comunicar RSE.
 - Nuevas formas de comunicación con la clientela a través de Internet.
 - Casos de RSE 2.0.
- **CASO PRÁCTICO:** Ejemplos buenas prácticas de comunicación responsable.



METODOLOGÍA:

Durante el Programa se combinan varias metodologías que aseguran una optimización docente y garantizan una correcta comprensión y asimilación de los conocimientos, fomentando el análisis crítico y el intercambio de conocimientos, experiencias y buenas prácticas.

- Sesión lectiva donde se desarrollarán los contenidos teóricos, a la vez que se fomentará el debate entre el alumnado.
- El método del caso, de forma individual o colectiva, a través de la descripción de una situación concreta el alumnado estudiará la situación, definirá los problemas y llegará a sus propias conclusiones sobre las acciones a emprender.

RECURSOS:

- **Bibliografía-materiales de interés:**

- **Recursos electrónicos/enlaces de interés:**