



Centre adscrit



Codi- Assignatura	590022 – La responsabilitat Social Corporativa en Turisme		
Curs	1	Crèdits	3 ECTS
Bloc Temàtic	Customer experience	Tipus assignatura	Optativa
Hores presencials	21 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

En aquesta assignatura es realitza una aproximació a les sinergies existents entre el desenvolupament de la Responsabilitat Social Corporativa (RSC) en turisme i la generació de valor en les activitats turístiques. A partir de la identificació de les dimensions de la RSC i dels grups d'interès participants en turisme, es mostra com la RSC contribueix a la creació de productes turístics sostenibles i a la generació de valor per als turistes. Així mateix s'identifiquen els models de negocis turístics que incorporen el desenvolupament de la RSC com a estratègia de competitivitat i sostenibilitat.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG5 - Emprendre projectes innovadors i creatius.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

CE2 - Dissenyar i implementar estratègies comercials i de comunicació que donin resposta a les noves oportunitats de negoci emergents en el sector.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Comprendre el concepte de RSC com a oportunitat de desenvolupament sostenible de les empreses i activitats turístiques.
2. Conèixer els diferents àmbits de desenvolupament del concepte de responsabilitat en les empreses turístiques.



3. Identificar els instruments per a la implantació, mesura i millora contínua de la RSC en el sector turístic. 4. Implantar estratègies de fidelització dels clients sobre la base de la RSC com a element diferenciador.

METODOLOGIA D'APRENTATGE

L'assignatura es basarà en sessions de treball presencials, de caràcter teoricopràctic, en els quals es tracten els diversos continguts prèviament definits. Es realitzen estudis de casos que contribueixen a contextualitzar els conceptes tractats en cada tema. La participació activa dels alumnes serà fonamental per al seguiment de les assignatures. L'assignatura és impartida per un equip de professors i professionals en actiu dels àmbits vinculats amb la responsabilitat social i el desenvolupament sostenible en turisme, així com coordinadors responsables de les assignatures, amb la funció principal de dinamitzar el procés formatiu, garantint un seguiment i aprofitament òptim del curs.

SISTEMA D'AVUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden **escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:**

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.



Per acollir-se en aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Treballs realitzats per l'estudiant	55 %	60 %
Prova escrita individual	40 %	40 %

Per aprovar l'assignatura és requisit indispensable haver obtingut una nota mínima de "5" a la prova/es individual final.

Revisió i Reavaluació de l'Assignatura

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura i poder presentar o realitzar una nova evidència d'avaluació, serà imprescindible complir alguna de les següents condicions:

A) Haver assolit una qualificació igual o superior a 5 de mitjana de les activitats dutes a terme al llarg del semestre sense tenir en compte la/es prova/es final/s (sigui avaluació contínua o única) i haver-se presentat a la prova final.

B) Haver assolit una qualificació mínima de "4" de nota final de l'assignatura.

La màxima qualificació en el cas de la reavaluació a la que es podrà optar és un "5" de nota final de l'assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

CARROLL, A. B. (1979): A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. En: Academy of Management Review 4(4), 497-505.



CARROLL, A. B. (1991): The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. En: *Business Horizons* 34(4), 39-48.

CCE - Comisión de las Comunidades Europeas (2001): Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. COM (2001) 366 final. Bruselas, 18.7.2001. Consultado el 19 de marzo del 2014 en: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf

FREEMAN, J. S.; HARRISON, A. C.; WICKS, B. L.; PARMAR & COLLE, S. (2010): *Stakeholder Theory*. Cambridge University Press, Cambridge.

FREEMAN, R.E., (1984): *Strategic Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman Publishing Inc, 46.

MAIGNAN, I., & FERRELL, O. C. (2001): Corporate citizenship as a marketing instrument-Concepts, evidence and research directions. En: *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 457-484.

Pérez-Aranda, J. A. (2014). Estado de implantación de los sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental como precursores de la RSE en el sector hotelero español. *Estudios turísticos*, 201, 85-111.

Pérez-Aranda, J. A. (2014). The social responsibility as a model of tourist business and facilitating instruments for its implantation at the spanish hotel sector. *Ramon Llull Journal of Applied Ethics*, 1 (5), 41-64.

Pérez-Aranda, J.A. (2015a). La Responsabilidad Social en Turismo. Estado de la cuestión. *Ara Journal of Tourism Research*, 5 (1), 63-85.

Pérez-Aranda, J.A. (2015b). Estado de implantación de los sistemas de gestión de la calidad y de gestión ambiental como precursores de la RSE en el sector hotelero español. *Estudios Turisticos* (201), 85-111. Ministerio de industria, energía y turismo. Gobierno de España.

PORTER, M. E., & VAN DER LINDE, C. (1995): Green and competitive: ending the stalemate. En: *Harvard business review*, 73(5), 120-134.

TURKER, D. (2009): Measuring corporate social responsibility: A scale development study. En: *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Direcció d'Empreses Turístiques

VAN MARREWIJK, M. (2003): Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. En: *Journal of business ethics*, 44(2-3), 95-105.

ZOTT, C., & AMIT, R. (2009): Innovación del modelo de negocio: creación de valor en tiempos de cambio. En: *Universia Business Review*, (23), 108-121.