



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Información y Comunicación de la RSC

Asignatura	Información y Comunicación de la RSC			
Código	V03M134V01106			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	3	OB	1	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento				
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Fernández Arias, M <sup>a</sup> Jesús García Rodríguez, María José Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descripción general				

## Competencias

Código	
A5	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B2	Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo
B8	Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
B9	Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
B10	Trabajar en equipo.
B11	Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
C5	Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
D1	Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
D3	Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Adquirir conocimientos y dominio de la materia	A5	B2		
Saber aplicar y comunicar los conceptos adquiridos en la materia de un modo individual y/o en grupo		B8	C5	D1
		B9		D3
		B10		
		B11		

## Contenidos

Tema	
------	--

MARKETING y COMUNICACIÓN CORPORATIVA	1. Identidad e Imagen Corporativas 2. Reputación Corporativa 3. Gestión de Crisis
COMUNICACION INTEGRADA Y DE LA RSC	Estrategias de Comunicación de la RSC

### Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Trabajos de aula	10	15	25
Lección magistral	5	0	5
Presentación	5	30	35
Otras	2	2	4

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

### Metodologías

	Descripción
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo directrices y supervisión del profesor. puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante.
Lección magistral	Sesión magistral participativa: exposición por parte del profesor de los contenidos de la materia objeto de estudios, bases teóricas y /o directrices de trabajo, ejercicios o proyecto a desarrollar por el estudiante
Presentación	El alumno presentará los resultados de su trabajo individual o en grupo. Valorándose tanto el contenido del mismo como la presentación.

### Atención personalizada

#### Metodologías Descripción

Presentación	Atención individualizada en despacho a aquel alumno que lo solicite en horario de tutorías
--------------	--

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo directrices y supervisión del profesor de modo individual y/o en grupo que serán resueltas en clase	30 A5	B2 C5 D1 B8 D3 B10 B11
Presentación	El alumno presentará los resultados de su trabajo individual o en grupo. valorándose tanto el contenido del mismo como la presentación.	50	B9 C5 D1 B10 B11
Otras	Se realizará una prueba individual sobre los contenidos de la materia.	20 A5	B2

### Otros comentarios sobre la Evaluación

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Para aquellos alumnos que no cumplan la presencialidad o que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen que evaluará tanto los conocimientos teóricos como prácticos de la asignatura, así como la presentación de todas las evidencias de los trabajos de aula realizados por los alumnos de evaluación continua.

Observación: Cualquier evidencia de trabajos y pruebas plagiados o copiados supondrá una calificación de suspenso en las dos convocatorias.

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Currás Pérez, Rafael, **Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación**, Teoría y Praxis, Martín de Castro, G., **Reputación empresarial y ventaja competitiva**, ESIC, Pérez, Andrea, y Rodríguez del Bosque, Ignacio, **Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas para una gestión Exitosa**, Cuadernos de Gestión, Van Riel, Cees B.M., **Comunicación Corporativa**, Prentice Hall, Villafaña Gallego, J., **La buena reputación**, Piramide,

#### Bibliografía Complementaria

Currás Pérez, R, **Comunicación de la responsabilidad social corporativa: Imagen e identificación con la empresa como antecedentes del comportamiento del consumidor**, TESIS DOCTORAL,

---

## **Recomendaciones**

---