



DATOS IDENTIFICATIVOS

RSC e Marketing

Materia	RSC e Marketing			
Código	V03M134V01104			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas e Responsabilidade Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	López Miguens, María Jesús			
Profesorado	López Miguens, María Jesús			
Correo-e	chusl@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)La asignatura persigue entender la posición del consumidor bajo un enfoque de marketing responsable y el desarrollo de un Plan de Marketing para una empresa socialmente responsable.			

Competencias de titulación

Código	
A1	(*)C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	(*)C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A5	(*)C. GENERAL _Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	(*)C. GENERAL _Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	(*)C. GENERAL _Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	(*)C. GENERAL _Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	(*)C. GENERAL _Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	(*)C. GENERAL _Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	(*)C. GENERAL _Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	(*)C. GENERAL _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.
A14	(*)C. GENERAL _Trabajar en equipo.
A15	(*)C. GENERAL _Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
A22	(*)C. ESPECÍFICA _Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A24	(*)C. ESPECÍFICA _Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
B1	(*)C. TRANSVERSAL _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.
B2	(*) C. TRANSVERSAL _ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B4	(*)C. TRANSVERSAL _Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidade de ser orixinais en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial	saber	A1
(*)	saber facer	A2
(*)Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.	saber facer	A5
(*)Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo.	saber saber facer	A6
(*)Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.	saber saber facer	A7
(*)Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.	saber facer	A9
(*)Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.	saber saber facer	A10
(*)Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.	saber facer	A11
(*)Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo.	saber facer	A12
(*)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.	saber facer Saber estar / ser	A13
(*)Trabajar en equipo.	saber facer Saber estar / ser	A14
(*)Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.	saber facer	A15
(*)Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC.	saber saber facer	A22
(*)Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial.	saber	A24
(*)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.	saber facer Saber estar / ser	B1
(*)Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.	saber facer	B2
(*)Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas.	saber facer	B4

Contidos

Tema

(*)1. El marketing responsable

(*)2. El plan de marketing de una empresa socialmente responsable

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	5	5	10
Estudo de casos/análises de situacións	2	4	6
Traballos tutelados	10	36	46
Presentacións/exposicións	3	10	13

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	(*)SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del docente de los contenidos sobre la asignatura objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el alumno. Se requiere la participación activa del alumnado. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las cuestiones y preguntas suscitadas a lo largo de las sesiones de aula.

Estudo de casos/análises de situacións	(*)ESTUDIO DE CASOS, ANÁLISIS DE SITUACIONES. Análisis de un hecho, problema o suceso con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Traballos tutelados	(*)TRABAJO TUTELADO. El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Actividad autónoma del alumnado que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...
Presentacións/exposicións	(*)PRESENTACION/ES. Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de los resultados de un caso, trabajo, ... de manera individual o en grupo.

Atención personalizada

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	(*)ESTUDIO DE CASOS, ANÁLISIS DE SITUACIONES.	10
Traballos tutelados	(*)TRABAJO TUTELADO.	70
Presentacións/exposicións	(*)PRESENTACIONES Y/O EXPOSICIONES.	20

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Información e Comunicación da RSC/V03M134V01106

Materias que se recomenda ter cursado previamente

A Responsabilidade Social na Empresa/V03M134V01101

Marketing Responsable/V03M134V01105