



## 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				
Coordinador/a	López Miguens, María Jesús			
Profesorado	López Miguens, María Jesús			
Correo-e	chusl@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia persegue o desenvolvemento dun Plan de Mercadotecnia baixo un enfoque de mercadotecnia responsable.			

## Competencias

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoitado nun contexto de investigación.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
B1	Recuperar e analizar información pertinente e oportuna proveniente de fontes diversas en condicións óptimas de custo e tempo
B2	Interpretar e dominar destrezas asociados con ese campo.
B3	Demostrar un entendemento sistemático do campo de estudo derivado do entendemento e integración de distintos enfoques teóricos
B5	Aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidas dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B6	Integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B7	Demostrar a capacidade de análise crítica, reflexión, avaliación e síntese de ideas novas e complexas
B9	Comunicar as súas conclusións -e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan- a públicos especializados e non especializados dun modo claro e sen ambigüedades
B11	Aplicar os coñecementos á resolución de problemas concretos.
C5	Deseñar e implementar estratexias competitivas coherentes co tamaño empresarial e a contorna, baseándose en vantaxes competitivas resultantes da RSC
C7	Coñecer o concepto, evolución e importancia do Marketing Responsable na estratexia empresarial
D1	Difusión de resultados e conclusións dos estudos, a través de presentacións orais e escritas que aborden ideas relacionadas coa RSC na xestión integral da empresa
D2	Manexo de técnicas e ferramentas informáticas e de xestión para obtención de información, tratamento e procesamento de datos, e posterior utilización
D4	Reflexión sobre responsabilidades sociais e éticas

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender as perspectivas estratéxica e operativa da mercadotecnia e a súa aplicación en diferentes contextos.	A1 B2 B3 B5 B7 B11 C5
Analizar a empresa e a súa contorna e emitir un diagnóstico.	B1 B7 D2
Preparar e realizar un informe e unha presentación oral dirixida a unha audiencia determinada.	B9 D1
Avaliar diferentes situacións éticas e sociais.	A3 B6 B7 C5 C7 D4

### Contidos

Tema	
1. A mercadotecnia responsable	Definición
2. O plan de mercadotecnia	Definición Contido e estrutura do plan de mercadotecnia

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	5	5	10
Traballos tutelados	10	36	46
Presentacións/exposicións	5	14	19

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

### Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	SESIÓN MAXISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte do docente dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo alumno. Requírese a participación activa do alumnado. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que se consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas cuestións e preguntas suscitadas ao longo das sesións de aula.
Traballos tutelados	TRABALLO TUTELADO. O estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un documento sobre a temática da materia ou prepara seminarios, investigacións, memorias, ensaios, resumos de lecturas, conferencias, etc. Actividade autónoma do alumnado que inclúe a procura e recollida de información, lectura e manexo de bibliografía, redacción...
Presentacións/exposicións	*PRESENTACION/É. Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dos resultados dun caso, traballo, ... de maneira individual ou en grupo.

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Traballos tutelados	Atenderanse as dúbidas que poidan xurdir ao alumno no desenvolvemento da materia.
Sesión maxistral	Atenderanse as dúbidas que poidan xurdir ao alumno no desenvolvemento da materia.
Presentacións/exposicións	Atenderanse as dúbidas que poidan xurdir ao alumno no desenvolvemento da materia.

### Avaliación

Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Traballos tutelados	TRABALLO TUTELADO.	70	A1 A3	B1 B2 B3 B5 B6 B7 B11 B9	C5 C7	D2 D4       D1
Presentacións/exposiciónsPRESENTACIÓNS E/Ou EXPOSICIÓNS.		30				

---

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

O MAiE segue un sistema de avaliación continua e esixe unha \*presencialidad mínima do 80%. Para aqueles alumnos que non cumpran a presencialidad ou que non alcancen o 50% da cualificación na avaliación continua, terán que acudir a segunda convocatoria. Nesta convocatoria poderase esixir un exame que avaliará tanto os coñecementos teóricos como prácticos da materia, así como a presentación de todas as evidencias dos traballos de aula realizados polos alumnos de avaliación continua.

Observación: Calquera evidencia de traballos e probas plagiados ou copiados suporá unha cualificación de suspenso nas dúas convocatorias.

---

### **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