



DATOS IDENTIFICATIVOS

Información e Comunicación da RSC

Materia	Información e Comunicación da RSC			
Código	V03M134V01106			
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 Galego Inglés			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Fernández Arias, M ^a Jesús García Rodríguez, María José Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	O OBXECTIVO desta materia é entender como a través do Marketing e a Comunicación corporativa as empresas proporcionan información sobre a súa identidade corporativa en aras de influír na imaxe dos seus grupos de interese a través de asociacións corporativas (incluída de RSE) para, a longo prazo, configurar a Reputación Empresarial. E, en última instancia, informar ás súas stakeholders			

Competencias

Código	
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B2	Interpretar e dominar destrezas asociados con ese campo.
B8	Organizar, planificar e desenvolver estratexias para levar a cabo un traballo
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
B10	Traballar en equipo.
B11	Aplicar os coñecementos á resolución de problemas concretos.
C5	Diseñar e implementar estratexias competitivas coherentes co tamaño empresarial e a contorna, baseándose en vantaxes competitivas resultantes da RSC
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
D3	Difusión e divulgación de ideas en contextos tanto académicos como non especializados

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Adquirir coñecementos e dominio da materia	A5 B2

Saber aplicar e comunicar os conceptos adquiridos na materia dun modo individual e/o en grupo

B8
B9
B10
B11
C5
D1
D3

Contidos

Tema

1. Marketing e Comunicación Corporativo	1. IDENTIDAD e IMAGEN CORPORATIVAS 2. Reputación CORPORATIVA 3. Xestión de crisis
2. COMUNICACIÓN INTEGRADA e DA RSC	Estratexias de comunicación da RSE

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballo tutelado	10	16	26
Lección maxistral	5	4	9
Presentación	5	18	23
Exame de preguntas obxectivas	1	16	17

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballo tutelado	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos na aula baixo directrices e supervisión do profesor. pode estar vinculado o seu desenvolvemento con actividades autónomas do estudante
Lección maxistral	Sesión maxistral participativa: exposición por parte do profesor dos contidos da materia obxecto de estudos, bases teóricas e /ou directrices de traballo, exercicios ou proxecto a desenvolver polo estudante
Presentación	O alumno presentará os resultados do seu traballo individual ou en grupo. Valorándose tanto o contido do mesmo como a presentación.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentación	Atención individualizada ao alumnado que o solicite en horario de titorías

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Traballo tutelado	O estudante desenvolve exercicios ou proxectos na aula baixo directrices e supervisión do profesor de modo individual e/ou en grupo que serán resoltas en clase	40 A5	B2 C5 D1 B8 D3 B10 B11
Presentación	O alumno presentará os resultados do seu traballo individual ou en grupo. valorándose tanto o contido do mesmo como a presentación.	40	B9 C5 D1 B10 B11
Exame de preguntas obxectivas	Realizarse unha proba individual sobre os contidos da materia	20 A5	B2

Outros comentarios sobre a Avaliación

O MAiE segue un sistema de avaliación continua e esixe unha asistencia mínima do 80%. Para aqueles alumnos que non a cumpran 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.

As datas dos exames poderanse consultar na web do MAiE (<http://maierc.webs.uvigo.es/>).

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

Esta guía anticipa os principios e metodoloxías de aprendizaxe para o desenvolvemento da materia e concíbese de forma flexible. Os datos que aparecen nesta guía e nas súas metodoloxías de planificación e educación son orientativos e poderán axustarse en función da heteroxeneidade dos grupos e dos estudantes ou doutras circunstancias que poidan xurdir. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovido pola dinámica da clase e do grupo, ou pola importancia das situacións que puidesen xurdir. O profesorado ofrecerá aos estudantes a información que sexa necesaria así como as pautas concretas en cada momento do proceso formativo

Bibliografía. Fontes 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,

Villafañe 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,

De Quevedo Puente, E., **Reputación y creación de valor**, Thomson Paraninfo,

Recomendacións

Outros comentarios

Esta guía anticipa os principios e metodoloxías de aprendizaxe para o desenvolvemento da materia e concíbese de forma flexible. Os datos que aparecen nesta guía e nas súas metodoloxías de planificación e educación son orientativos e poderán axustarse en función da heteroxeneidade dos grupos e dos estudantes ou doutras circunstancias que poidan xurdir.

En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovido pola dinámica da clase e do grupo, ou pola importancia das situacións que puidesen xurdir.

O profesorado ofrecerá aos estudantes a información que sexa necesaria así como as pautas concretas en cada momento do proceso formativo.

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada pola COVID- 19, a Universidade establece una planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución o determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou non totalmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun xeito máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes DOCNET.

No caso de impartir a docencia en modalidade non presencial, a actividade docente impartirase mediante o Campus Remoto e utilizarase a plataforma de teledocencia FAITIC como reforzo.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

Debido a que a guía docente está praxada tanto para unha docencia presencial como non presencial, mantéñense todas as metodoloxías, pero o desenvolvemento das actividades e tarefas propostas realizarase de forma virtual en lugar de presencial.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

A avaliación realizarase de maneira virtual en lugar de presencial.

O exame poderá incluír preguntas pechadas con diferentes alternativas de resposta (verdadero/falso, elección múltiple, etc.) así como preguntas curtas, numéricas ou de ensaio. Os alumnos seleccionan unha/ s resposta/ s entre un número limitado de posibilidades e/ou responderán a cuestións ou exercicios que se lle expoñan.

Poderase solicitar ao alumnado incluír PDFs ou outro/s tipo/s de arquivo/s como proba/ s das actividades, exercicio/ s ou outras tarefas realizadas.