



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			
Departamento				
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	García Rodríguez, María José Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

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.
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 os conceptos relativos á reputación empresarial das organizacións	B10 B11 C5 D1
saber aplicar os conceptos relativos á imaxe e a identidade corporativa das organizacións	B10 B11 C5 D1 D3

Contidos

Tema	
1. marketing Corporativo	1. IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVAS 2. COMUNICACIÓN INTEGRADA DA RSC
2. Reputación Corporativa	2.1. La Reputación como recurso empresarial 2.2. El valor de la reputación

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Traballos de aula	10	15	25
Sesión maxistral	4	0	4
Presentacións/exposicións	5	30	35
Outras	1	10	11

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Traballos de aula	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
Sesión 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
Presentacións/exposicións	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
Presentacións/exposicións	Atención individualizada en despacho a aquel alumno que o solicite en horario de titorías

Avaliación

	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Traballos de aula	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	30	A5	B2 B10 B11	C5	D1 D3
Presentacións/exposicións	O alumno presentará os resultados do seu traballo individual ou en grupo. valorándose tanto o contido do mesmo como a presentación.	50		B10 B11	C5	D1
Outras	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 unhaspresencialidad mínima do 80%. Para aqueles alumnos que non cumpran apresencialidad ou que non alcancen o 50% da cualificación na avaliacióncontinua, terán que acudir a segunda convocatoria. Nesta convocatoria poderaseesixir un exame.

Observación: Calquera evidencia de traballos e probas plagiados ou copiados supoñerá unha cualificación de suspenso nas dúasconvocatorias.

Bibliografía. Fontes de información

Currás Pérez, R, **Comunicación de la responsabilidad social corporativa: Imagen e identificación con la empresa como antecedentes del comportamiento del consumidor**, TESIS DOCTORAL,
 Currás Pérez, Rafael, **Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación**, Teoría y Praxis,
 De Quevedo Puente, E., **Reputación y creación de valor**, Thomson Paraninfo,
 Martín de Castro, G., **Reputación empresarial y ventaja competitiva**, ESIC,
 Pérez, Andrea, y Rodríguez del Bosque1, 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,

Recomendacións

