



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	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Fernández Arias, María Jesús 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			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

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 previstos na materia

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. Identidade, Imaxe e Reputación Corporativas 2. 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	9	15	24
Lección maxistral	6	6	12
Presentación	5	17	22
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 As actividades a realizar na aula non son recuperables polo que se precisa a asistencia ás sesións.
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. Inclúe, ou pode incluír, unha ou varias actividades. Evidencia/Proba non recuperable.	35	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. Inclúe, ou pode incluír, unha ou varias actividades. Evidencia/Proba non recuperable.	35	B9 C5 D1 B10 B11
Exame de preguntas obxectivas	Realizarse unha proba individual sobre os contidos da materia. A data indícase na plataforma educativa e corresponde coa derradeira sesión de aula para a avaliación continua. Proba non recuperable.	30	A5 B2

Outros comentarios sobre a Avaliación

O MAiE segue un sistema de avaliación continua. Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o estudantado poderá optar a ser avaliado cun exame final que avaliará tanto os coñecementos teóricos como prácticos impartidos na materia a realizar nas datas establecidas nas convocatorias oficiais e que suporá o 100% da cualificación. 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 no Calendario Docente do MAiE (Dispoñible en MooVi no Espazo Común e na web

do MAiE: <http://maiersc.webs.uvigo.es/>).

Observación: Calquera evidencia de traballos e probas plaxiados 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., **Reputacion 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,

Villafaña Gallego, J., **La buena reputación**, Piramide,

Burgueño, J. M., **Qué hacer cuando arde la red: gestión de crisis de comunicación online. Qué hacer cuando arde la red**, 2018

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 de cara o desenvolvemento da materia e concíbese dun xeito flexible. Os datos que aparecen nesta guía e as súas metodoloxías de planificación e educación son orientativos e poderán axustarse en función da heteroxeneidade dos grupos e outras circunstancias que poidan surdir que poidan requirir reaxustes a longo do curso académico.

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