



(*)Facultade de CC. Económicas e Empresariais

Presentación

(*)


La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales tiene una amplia trayectoria dentro de nuestra Universidad. A principios de los 70 ya se impartían enseñanzas de Ciencias Económicas en el antiguo Colegio Universitario de Vigo, que en 1980 pasaría a integrarse en la Universidad de Santiago de Compostela. En 1990 se segrega el Campus de Vigo, lo que supondrá el nacimiento de la Universidad de Vigo.

En el curso 1991/92 se inicia la docencia de las licenciaturas de Ciencias Económicas y de Ciencias Empresariales en el edificio actual, registrándose dos procesos de reforma de sus planes de estudios en los años 1995 y 2002. A raíz de la promulgación del RD 1393/2007 sobre ordenación de las enseñanzas universitarias se pone en marcha el proceso de adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior, de tal forma que, para el curso académico 2009/2010, comenzarán a impartirse las titulaciones de Grado en Administración de Empresas y en Economía a las que se refieren estas guías.

Se persigue con ello ofertar unas titulaciones más adaptadas al contexto actual, con una adaptación de las metodologías docentes orientadas hacia el aprendizaje del alumno y el desarrollo de sus capacidades.

Localización

(*) 

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Vigo está en el Campus de Lagoas/Marcosende, aproximadamente a 15 km. de la ciudad. Cliccando en el siguiente icono puedes acceder a un plano del Campus con su ubicación precisa 

En caso de precisar información es posible contactar a través de las siguientes vías:

Correo - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Campus de Lagoas-Marcosende, s/n, 36310 VIGO

Teléfono - 986812400 (Centralita/Conserjería)

986 812403 (Secretaría de Alumnos)

986 812402 (Secretaría do Decanato)

Fax- 986812401

Correo electrónico - secfcee@uvigo.es (Secretaría de Alumnos)

sdfcee@uvigo.es (Secretaría do Decanato)

Web - <http://fccee.uvigo.es/>

Servizos ofertados

(*)

La Facultad cuenta con una importante dotación de infraestructuras destinadas a dar soporte a las actividades de investigación, docencia y extensión universitaria. Resumidamente, hay 15 aulas de docencia, 13 aulas-seminario, 6 aulas de informática y un aula informática de libre acceso. Adicionalmente dispone de un salón de actos con un aforo aproximado de unas 550 personas, un salón de grados para 60-80 personas, biblioteca con 400 puestos de lectura y cafetería-comedor.

A continuación se desglosa la información sobre servicios importantes para el alumnado:

SERVICIOS OFERTADOS A OS ESTUDANTES

- AULA INFORMÁTICA DE LIBRE ACCESO:

Ordenadores a disposición dos alumnos con aplicaciones de uso corrente, acceso a Internet e posibilidade de impresión de documentos

- REDE INALÁMBRICA:

Acceso WIFI a Internet en toda a Facultade.

- REPROGRAFÍA:

Fotocopias, encuadernacións, transparencias, impresión de documentos, material de estudio, etc...

Horario regular : Mañá de 9 a 14 h. - Tarde de 15:45 a 18:00 h.

- CAFETERÍA E COMEDOR:

Servicio de cafetería completo, almorzos e comidas con menús do día.

Horario SS.Cafetería: De 8:45 a 21 h.

Horario SS.Comedor: De 13 a 15:30 h.

- SERVICIOS ADMINISTRATIVOS:

Servicios de xestión do alumnado (matriculas, traslados, solicitudes de validacións, emisión de títulos, etc...), asuntos económicos e secretaría do Decanato.

Horario atención ó público: De 9 a 14 h.

- BIBLIOTECA:

Servicio de asesoramento e empréstito bibliográfico, salas de estudio e lectura e consulta bases de datos.

Para o servicio de empréstito requírese carnet de biblioteca.

Dotacións: 414 postos de lectura e estudio.

2 postos consulta bases de datos.

29.000 volumes aprox. (libros, informes, etc.)

560 títulos de publicacións periódicas:

330 revistas e 230 estatísticas.

Equipo decanal

(*)

| | |
|--|--|
| Decano | José Santiago Gómez Fraiz |
| Secretaria | Gonzalo Caballero Míguez |
| Vicedecano de Organización Académica | Fernando Comesaña Benavides |
| Vicedecana de Calidade | Raquel Arévalo Tomé |
| Vicedecano de Relacións Internacionais | Jorge Vila Biglieri |
| Vicedecana de Adaptación ao EEES | Carlos M ^a Fernández-Jardón Fernández |

(*)

(*)

(*)Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas e Responsabilidade Social Corporativa

Subjects

Year 1st

| Code | Name | Quadmester | Total Cr. |
|---------------|------------------------------|------------|-----------|
| V03M134V01101 | | 1st | 5 |
| V03M134V01102 | | 1st | 5 |
| V03M134V01103 | Strategic Management | 1st | 5 |
| V03M134V01104 | | 1st | 3 |
| V03M134V01105 | Responsible Marketing | 1st | 4 |
| V03M134V01106 | | 1st | 3 |
| V03M134V01107 | | 1st | 3 |
| V03M134V01108 | | 1st | 3 |
| V03M134V01201 | | 2nd | 5 |
| V03M134V01202 | | 2nd | 5 |
| V03M134V01203 | | 2nd | 3 |
| V03M134V01204 | | 2nd | 3 |
| V03M134V01206 | The Final Master Degree Work | 2nd | 13 |

IDENTIFYING DATA**La Responsabilidad Social en la Empresa**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | La Responsabilidad Social en la Empresa | | | |
| Code | V03M134V01101 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 5 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Rodríguez Daponte, María del Rocío | | | |
| Lecturers | Dopico Parada, Ana Isabel Pita Castelo, Jose Rodríguez Daponte, María del Rocío | | | |
| E-mail | rocio@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | |
|------|--|
| Code | |
| 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 |
| A18 | C.ESPECÍFICA Interpretar la nueva realidad social y su aplicación a las tareas de la dirección y organización de empresas, al análisis prospectivo de la competitividad y al impulso del desarrollo organizativo |
| A19 | C. ESPECÍFICA Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia |
| A21 | C. ESPECÍFICA Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC |
| A23 | C. ESPECÍFICA Elaborar memorias de sostenibilidad |
| 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. |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

Competencias de materia

| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|---|------------------|-------------------------------|
| (*)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 | saber | A1 |
| (*)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 | saber | A2 |
| (*)C.ESPECÍFICA Interpretar la nueva realidad social y su aplicación a las tareas de la dirección y organización de empresas, al análisis prospectivo de la competitividad y al impulso del desarrollo organizativo | saber hacer | A18 |
| (*)C. ESPECÍFICA Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia | saber hacer | A19 |
| (*)C. ESPECÍFICA Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC | saber hacer | A21 |
| (*)C. ESPECÍFICA Elaborar memorias de sostenibilidad | saber hacer | A23 |
| (*)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. | Saber estar /ser | B1 |
| (*)C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | Saber estar /ser | B4 |

Contenidos

Topic

La Responsabilidad Social Empresarial. Evolución del concepto. Dimensiones

Marco institucional e iniciativas internacionales para el fomento de la RSE.

Los grupos de interés o Stakeholders.

Gestión de la RSE en una institución.

Memorias de sostenibilidad, visión global y adaptación a cada organización.

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 20 | 40 | 60 |
| Presentaciones/exposiciones | 5 | 30 | 35 |
| Sesión magistral | 10 | 20 | 30 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|---|
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Actividad en la que se formulan problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe desarrollar las soluciones idóneas o correctas, en base al razonamiento con la información disponible y la interpretación de los resultados. |
| Presentaciones/exposiciones | El alumno presentará los resultados de su trabajo individual o en grupo. Se valorará tanto el contenido del mismo como la presentación. |
| Sesión magistral | SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices del trabajo, ejercicios o proyecto a desarrollar por el estudiante. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|---|
| Sesión magistral | Se resolverán las dudas que puedan surgir en el desarrollo del temario. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Se resolverán las dudas que puedan surgir en el desarrollo del temario. |
| Presentaciones/exposiciones | Se resolverán las dudas que puedan surgir en el desarrollo del temario. |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|--|--|---------------|
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Se evaluará el trabajo realizado por el alumno | 20 |
| Presentaciones/exposiciones | Se evaluará la capacidad de análisis de casos reales de empresas | 70 |
| Sesión magistral | Se valorará la asistencia y participación en el aula | 10 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

COMISIÓN EUROPEA (2001): *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.*

DE LA CUESTA, M.(2004): [El porqué de la responsabilidad social corporativa], *Boletín ICE Económico*, vol. 2813, pp. 45-58.

DOPICO PARADA, A.I., RODRÍGUEZ DAPONTE, R Y GONZÁLEZ VÁZQUEZ, E. (2012): [La responsabilidad social empresarial y stakeholders: un análisis clúster]. *Revista Galega de Economía*. nº 21 (1), pag. 99-114.

RAEPÉREZ CARRILLO, E. COORD.(2009): *Gobierno corporativo y responsabilidad social de las empresas*, Marcial Pons.

RIVERA, J.M.(2010): *Gestión de la RSC*, NETBIBLO.

RODRÍGUEZ DAPONTE, R. Y DOPICO PARADA, A.I. (2012): [RSE y Stakeholders: La visión de las empresas de Galicia ante los distintos grupos de interés]. En *Responsabilidad social empresarial. Miradas plurales, un interés singular*. Ed. UNAULA.

<http://comunicarseweb.com>

<http://rse.xunta.es/>

<http://www.corresponsables.com/>

<http://www.diarioresponsable.com/>

<http://www.expoknews.com/>

www.club sostenibilidad.org

www.csreurope.org

www.empresaresponsable.com

www.europapress.es/epsocial/rsc/

www.foretica.es

www.globalreporting.org

www.observatoriorsc.org

Recomendaciones

| IDENTIFYING DATA | | | | |
|-------------------------|---|-----------|------|------------|
| Gestión Ética | | | | |
| Subject | Gestión Ética | | | |
| Code | V03M134V01102 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 5 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Rodríguez Domínguez, María del Mar | | | |
| Lecturers | Guisado Tato, Manuel Rodríguez Domínguez, María del Mar | | | |
| E-mail | mrdguez@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

| Competencias de titulación | |
|-----------------------------------|--|
| Code | |
| 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 |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| 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. |
| A19 | C. ESPECIFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia |
| A20 | C. ESPECIFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial. |
| A22 | C. ESPECIFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC |
| 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. |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

| Competencias de materia | | |
|------------------------------------|----------------------|-------------------------------|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
| A1 | saber | A1 |
| A2 | saber saber hacer | A2 |

| | | |
|-------------|---------------------------------|-------------------|
| A3 | saber hacer Saber estar /ser | A3 A13 B1 |
| A4 | saber hacer | A4 |
| A5 | saber hacer | A5 A12 |
| A6 | saber hacer | A6 |
| A7 | saber | A7 |
| A9 | saber hacer | A9 |
| A10 | Saber estar /ser | A10 A11 B4 |
| A14 | Saber estar /ser | A14 |
| A19 A20 A22 | saber saber hacer | A19 A20 A22 |

Contenidos

Topic

ETICA Y VALORES EN LA EMPRESA

MISIÓN Y VISION EN LA EMPRESA

INTEGRACION DE ESTRATEGIA Y CULTURA EMPRESARIAL

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y VENTAJA COMPETITIVA

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 18 | 42 | 60 |
| Sesión magistral | 12 | 14 | 26 |
| Otras | 2 | 20 | 22 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 3 | 14 | 17 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| Description |
|--|
| Estudio de casos/análisis de situaciones |
| Análisis de casos a partir de documentación entregada en clases o bien casos de actualidad, etc de situaciones |
| Sesión magistral |
| Exposición teórica por parte del profesor de los contenidos de la materia |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|-------------|
| Sesión magistral | |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | |
| Tests | Description |
| Otras | |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | |

Evaluación

| Description | Qualification |
|--|---------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones planteamiento y resolución de casos prácticos sobre las cuestiones teóricas desarrolladas | 50 |
| Otras examen teórico-práctico sobre la materia | 30 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones realización de un trabajo sobre la materia | 20 |

Other comments on the Evaluation

Es necesaria una asistencia mínima del 80% a las clases presenciales para poder optar por evaluación continua. En este caso la ponderación de las pruebas evaluables es la que figura en la guía

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación continua o no alcancen la presencialidad mínima exigida, el examen (en las convocatorias oficiales enero/junio y julio) será de modo tal que permita valorar la adquisición de todas las capacidades exigidas a los alumnos, con un peso del 80%. La realización del trabajo es obligatoria y su peso un 20%.

Fuentes de información

David, **administración estratégica**, pearson,

Porter, **estrategia competitiva**, piramide,

Navas y Guerras, **Dirección estratégica**, civitas,

LINDGREEN, KOTLER ET ALL, **A STAKEHOLDER APPROACH TO CSR**, GOWER,

Recomendaciones

| IDENTIFYING DATA | | | | |
|------------------------------|---|-----------|------|------------|
| Dirección Estratégica | | | | |
| Subject | Dirección Estratégica | | | |
| Code | V03M134V01103 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 5 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Vila Alonso, María Mercedes | | | |
| Lecturers | González Loureiro, Miguel Vila Alonso, María Mercedes | | | |
| E-mail | mvila@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

| Competencias de titulación | |
|-----------------------------------|--|
| Code | |
| 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 |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| 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. |
| A19 | C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia |
| A20 | C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial. |
| A22 | C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC |
| 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. |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

| Competencias de materia | | |
|------------------------------------|----------|-------------------------------|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
| A1 | saber | A1 |

| | | |
|-------------|---------------------------------|-------------------|
| A2 | saber saber hacer | A2 |
| A3 | saber hacer Saber estar /ser | A3 A13 B1 |
| A4 | saber hacer | A4 |
| A5 | saber hacer | A5 A12 |
| A6 | saber hacer | A6 |
| A7 | saber | A7 |
| A9 | saber hacer | A9 |
| A10 | Saber estar /ser | A10 A11 B4 |
| A14 | Saber estar /ser | A14 |
| A19 A20 A22 | saber saber hacer | A19 A20 A22 |

Contenidos

Topic

El proceso estratégico

Estrategias con base en la industria

Estrategias para industrias con base tecnológica

Estrategias de cooperación

El proceso de i+d

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 18 | 42 | 60 |
| Sesión magistral | 12 | 14 | 26 |
| Otras | 2 | 20 | 22 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 3 | 14 | 17 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|---|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Análisis de casos a partir de documentación entregada en clases o bien casos de actualidad, etc |
| Sesión magistral | Exposición teórica por parte del profesor de los contenidos de la materia |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|-------------|
| Sesión magistral | |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | |
| Tests | Description |
| Otras | |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|--|---|---------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | planteamiento y resolución de casos prácticos sobre las cuestiones teóricas desarrolladas | 50 |
| Otras | examen teórico-práctico sobre la materia | 30 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | realización de un trabajo sobre la materia | 20 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

David, **administración estratégica**, pearson,

Porter, **estrategia competitiva**, piramide,

Navas y Guerras, **Dirección estratégica**, civitas,

Schilling, **Dirección Estratégica de la innovación tecnológica**, Mc Graw-Hill,

Olcese, **Manual de la empresa responsable y sostenible**, McGraw-Hill,

Moreno, Uriarte y Topa, **La responsabilidad social empresarial**, piramide,

Recomendaciones

Other comments

EL material proporcionado debe ser leído antes de cada clase, según indicaciones del profesor

| IDENTIFYING DATA | | | | |
|-------------------------|---|-----------|------|------------|
| RSC y Marketing | | | | |
| Subject | RSC y Marketing | | | |
| Code | V03M134V01104 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | Castellano | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | López Miguens, María Jesús | | | |
| Lecturers | López Miguens, María Jesús | | | |
| E-mail | chusl@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | 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 | |
|-----------------------------------|--|
| Code | |
| 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 | | |
|--|-------------|-------------------------------|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
| 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 | saber | A1 |
| 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 | saber hacer | A2 |

| | | |
|---|---------------------------------|-----|
| Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas | saber hacer | A5 |
| en condiciones óptimas de coste y tiempo. | | |
| Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo. | saber saber hacer | A6 |
| demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos. | saber saber hacer | 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 hacer | 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 hacer | A10 |
| demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas. | saber hacer | A11 |
| Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo. | saber hacer | 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 hacer /ser | A13 |
| Trabajar en equipo. | Saber hacer /ser | A14 |
| Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos. | saber hacer | A15 |
| Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC. | saber saber hacer | 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 hacer 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 hacer | B2 |
| Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas. | saber hacer | B4 |

Contenidos

Topic

1. El marketing responsable
2. El plan de marketing de una empresa socialmente responsable

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Sesión magistral | 5 | 5 | 10 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 2 | 4 | 6 |
| Trabajos tutelados | 10 | 36 | 46 |
| Presentaciones/exposiciones | 3 | 10 | 13 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|--|
| Sesión magistral | 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. |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 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. |
| Trabajos 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... |
| Presentaciones/exposiciones | 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

| Evaluación | | |
|--|--|---------------|
| | Description | Qualification |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | ESTUDIO DE CASOS, ANÁLISIS DE SITUACIONES. | 10 |
| Trabajos tutelados | TRABAJO TUTELADO. | 70 |
| Presentaciones/exposiciones | PRESENTACIONES Y/O EXPOSICIONES. | 20 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

- Alonso, M.I (2008). El plan de marketing digital. Pearson-Prentice Hall. Madrid.
- Cutropía, C. (2000). El plan de marketing: cómo elaborarlo con ayuda informática. 3ª ed. Esic. Madrid.
- Kotler, P; Armstrong, G. (2012). Marketing. Pearson Educación. México.
- Martin, D.; Schouten, J. (2012). Sustainable Marketing. Prentice Hall
- Sainz de Vicuña-Ancín, J. M. (2010). El plan de Marketing en la práctica. 15ª ed. Esic. Madrid.
- Velasquez, M. (2006). Ética en los negocioa. Pearson Educación. México.

Recomendaciones

Subjects that continue the syllabus

Información y Comunicación de la RSC/V03M134V01106

Subjects that it is recommended to have taken before

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101
Marketing Responsable/V03M134V01105

IDENTIFYING DATA**Marketing Responsible**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Marketing Responsible | | | |
| Code | V03M134V01105 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 4 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | González Vázquez, Encarnación | | | |
| Lecturers | González Vázquez, Encarnación | | | |
| E-mail | egzlez@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | | | |
|------|--|--|--|
| Code | | | |
| 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 | | |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 | | |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | |
| A6 | C. GENERAL Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo.. | | |
| 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 | | |
| 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. | | |
| A19 | C. ESPECÍFICA Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia | | |
| A20 | C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura 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. | | |
| B3 | c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados | | |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | | |

Competencias de materia

| | | |
|------------------------------------|----------|-------------------------------|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|------------------------------------|----------|-------------------------------|

| | | |
|--|-------------|--------------------------|
| 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 | saber hacer | A1 A2 A3 A4 |
| 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 | | A6 A9 A10 A12 |
| Que los estudiantes sepan 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 | | A13 A14 A15 A19 |
| Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | A20 B1 B2 |
| 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. | | B3 B4 |
| 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 | | |
| Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo | | |
| 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. | | |
| Trabajar en equipo. | | |
| Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos. | | |
| Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia | | |
| Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial. | | |
| 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. | | |
| Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización. | | |
| Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados | | |
| Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | | |

Contenidos

| Topic | |
|---|--|
| Tema 1. Marketing 3.0 | 1.1 ¿ Por qué el marketing 3.0? 1.2 La era de la participación y el marketing de colaboración 1.3 La paradoja de la era de la globalización y el marketing cultural 1.4 la era de la sociedad creativa y el marketing espiritual 1.5 Marketing 3.0: de colaboración, cultural y espiritual |
| Tema 2. Futuro Modelo para el marketing 3.0 | 2.1 El futuro del marketing: horizontal, no vertical. 2.2 El turno del alma humana: el modelo 3i 2.3 Cambio al marketing de valores 2.4 Marketing 3.0: El significado del marketing y el marketing del significado |
| Tema 3. Estrategias de marketing responsables | 3.1 Transmitir la misión a los consumidores 3.2 Transmitir los valores a los empleado 3.3 Transmitir los valores al canal de distribución 3.4 Transmitir la visión a los accionistas 3.5 Aplicación del marketing responsable |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Debates | 5 | 10 | 15 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 15 | 30 | 45 |

| | | | |
|-----------------------------|---|----|----|
| Otros | 5 | 15 | 20 |
| Presentaciones/exposiciones | 5 | 15 | 20 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|---|
| Debates | Charla abierta entre un grupo de estudiantes. Puede centrarse en un tema de los contenidos de la materia, en el análisis de un caso, en el resultado de un proyecto, ejercicio o problema desarrollado previamente en una sesión magistral... |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución. |
| Otros | Desempeño de 8 horas de trabajo social para la comunidad. Al finalizar debe entregar un informe del trabajo realizado firmado por el director de la institución |
| Presentaciones/exposiciones | Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia o de los resultados de un trabajo, ejercicio, proyecto... Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|---|
| Presentaciones/exposiciones | Se entiende por atención personalizada el tiempo reservado para atender y resolver las dudas del alumnado. En estas actividades se orientará y guiará en el proceso de aprendizaje del alumno |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Se entiende por atención personalizada el tiempo reservado para atender y resolver las dudas del alumnado. En estas actividades se orientará y guiará en el proceso de aprendizaje del alumno |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|--|--|---------------|
| Debates | La evaluación se basará en la media de la calificación obtenida por el grupo, basada en la valoración que realicen sus compañeros y la que realice el profesor después del debate. Los integrantes del grupo recibirán la calificación que obtenga el miembro del equipo que peor calificación haya obtenido. | 25 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución. | 25 |
| Otros | Desempeño de 8 horas de trabajo social para la comunidad. Al finalizar debe entregar un informe del trabajo realizado firmado por el director de la institución. | 25 |
| Presentaciones/exposiciones | Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de un tema sobre contenidos de la materia que el docente le asignará. Será un trabajo en grupo. Se realizará una evaluación de cada uno de los miembros del grupo y posteriormente el grupo recibirá la nota que obtenga el miembro del grupo que obtenga menor calificación | 25 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

Kotler, P.; Kortajeya, H y Setiawan, I.: MARKETING 3.0. Ed. LID Editorial Empresarial, S.L. Madrid (2010)

1. Sean, A. y Kliksberg, B.: PRIMERO LA GENTE. Ed. Deusto (2007)
2. Velasquez, M.G.: BUSINESS ETHICS. Concepts and cases. Ed. Pearson (20129)

Recomendaciones

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101
RSC y Marketing/V03M134V01104

Subjects that it is recommended to have taken before

Gestión Ética/V03M134V01102

IDENTIFYING DATA**Información y Comunicación de la RSC**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Información y Comunicación de la RSC | | | |
| Code | V03M134V01106 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Otero Neira, María del Carmen | | | |
| Lecturers | García Rodríguez, María José Otero Neira, María del Carmen | | | |
| E-mail | cachu@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | |
|------|---|
| Code | |
| A4 | C. BASICA_ Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| A6 | C. GENERAL_ Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo.. |
| A8 | C. GENERAL_ Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual. |
| A11 | C. GENERAL_ Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas. |
| 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 |
| 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. |
| B4 | C. TRANSVERSAL_ Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

Competencias de materia

| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|---|------------------|-------------------------------|
| C. BASICA_ Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | saber hacer | A4 |
| C. GENERAL_ Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo. | saber | A6 |
| C. GENERAL_ Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual. | saber hacer | A8 |
| C. GENERAL_ Trabajar en equipo | Saber estar /ser | A14 |
| C. GENERAL_ Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos | saber hacer | A15 |
| C. GENERAL_ Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas. | saber hacer | A11 |
| C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC | saber hacer | A22 |
| 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. | saber hacer | B1 |
| C. TRANSVERSAL_ Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | saber | B4 |

Contenidos

| |
|-------|
| Topic |
|-------|

REPUTACIÓN EMPRESARIAL

1. Concepto de reputación empresarial. Su papel dentro de la responsabilidad social corporativa
2. Características de la reputación empresarial
3. Dimensiones de la reputación
4. Diferencias con la imagen corporativa y la identidad corporativa.
5. Ventajas competitivas de la reputación empresarial
6. Oportunidades y amenazas de la reputación
7. Cómo gerenciar la reputación
8. Cultura organizativa y reputación
9. Riesgo reputacional
10. La reputación empresarial en la red
11. Casos de reputación empresarial

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. Introducción: la comunicación
2. Marketing corporativo
3. Comunicación Integrada o corporativa.
4. La comunicación en la gestión de la RSC.
5. Comunicación de crisis

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|-----------------------------|-------------|-----------------------------|-------------|
| Trabajos de aula | 10 | 30 | 40 |
| Sesión magistral | 5 | 10 | 15 |
| Presentaciones/exposiciones | 5 | 15 | 20 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|-----------------------------|---|
| Trabajos de aula | El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante. |
| Sesión magistral | SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices del trabajo, ejercicios o proyecto a desarrollar por el estudiante. |
| Presentaciones/exposiciones | El alumno presentará los resultados de su trabajo individual o en grupo. Valorándose tanto el contenido del mismo, como la presentación. |

Atención personalizada

Evaluación

| | Description | Qualification |
|-----------------------------|-------------|---------------|
| Trabajos de aula | | 45 |
| Sesión magistral | | 10 |
| Presentaciones/exposiciones | | 45 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

Currás Perez, R. COMUNICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: IMAGEN E IDENTIFICACIÓN CON LA EMPRESA COMO ANTECEDENTES DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR. Tesis doctoral, Universidad de Valencia

De Quevedo Puente, E. (2003): Reputación y creación de valor. Thomson-Paraninfo.

Van Riel, C. (1995). [Comunicación corporativa]. Ed. Prentice Hall. Madrid.

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos) | | | |
| Code | V03M134V01107 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Velando Rodríguez, María Elena | | | |
| Lecturers | Velando Rodríguez, María Elena | | | |
| E-mail | velando@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | |
|------|--|
| Code | |
| 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 |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| 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_Comicar 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. |
| A16 | C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones |
| A17 | Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo |
| A20 | C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial. |
| A27 | C. ESPECÍFICA_Conocer y manejar la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de responsabilidad social corporativa. |
| A30 | C. ESPECÍFICA_Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social. |
| 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. |
| B3 | c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

| Competencias de materia | | |
|---|---------------------------------|---|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
| Conocer la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de ética y responsabilidad social corporativa. | saber | A1 A2 A3 A4 A20 A27 A30 |
| Aplicar la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de ética y responsabilidad social corporativa. | saber hacer Saber estar /ser | A6 A7 A9 A10 A11 A15 A16 A20 A27 A30 B1 B2 B3 B4 |
| Facilitar al alumno el desarrollo de sus habilidades interpersonales, de trabajo en equipo y de comunicación | saber hacer Saber estar /ser | A12 A13 A14 A17 |

| Contenidos | |
|--|---|
| Topic | |
| Tema 1: La Responsabilidad Social Interna y la Dirección y Gestión de recursos humanos en empresas socialmente responsables. | 1.1. Responsabilidad Social Interna: Elementos 1.2. Los procesos de adquisición de recursos humanos en empresas socialmente responsables. 1.3. Las estrategias y procesos retributivos y la Responsabilidad Social. |

| Planificación | | | |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
| Sesión magistral | 10 | 10 | 20 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 5 | 25 | 30 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 5 | 10 | 15 |
| Otras | 2 | 8 | 10 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

| Metodologías | |
|--|---|
| | Description |
| Sesión magistral | Exposición por parte del profesor/a de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio a desarrollar por el estudiante. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Actividad en la que se plantean problemas y/o ejercicios relacionados con la materia. El alumno debe llegar a plantear soluciones correctas mediante la aplicación de rutinas, fórmulas o algoritmos, procedimientos de transformación de información disponible y la interpretación de los resultados. |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y adiestrarse en procedimientos alternativos de solución. |

| Atención personalizada | |
|--|---|
| Methodologies | Description |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Entrevistas que el alumno/a mantiene con el profesorado de la materia para asesorarse/desarrollar actividades de la materia y del proceso de aprendizaje. |

| Evaluación | |
|-------------------|---------------|
| | Qualification |
| Description | |

| | | |
|--|--|----|
| Resolución de problemas y/o ejercicios | resolución de problemas vinculados a la gestión de recursos humanos en empresas socialmente responsables | 50 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | resolución de casos de responsabilidad interna | 25 |
| Otras | pruebas con preguntas cortas teórico prácticas | 25 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

Raufflet, E.; Lozano, J.F.; Barrera, E. y Garcia, C., **Responsabilidad Social Empresarial**, Pearson,
 Carneiro Caneda, M., **Guía de Responsabilidad Social Empresarial Interna y Recursos Humanos**, Junta de Andalucía,
 Velasquez, M.G, **Etica en los Negocios**, Pearson,
 Martin, D. y Garcia. E., **La Responsabilidad Social en la Gestión de Recursos Humanos**, CEDECYL,
 Fuentes, F.; Núñez, J. y Veroz, R., **Alternativas de Cumplimiento de Responsabilidad Social en Gestión de Recursos Humanos**, Universia Business Review,
 AEDIPE, **La Aplicación de la Responsabilidad Social a la Gestión de Personas**, AEDIPE,

Recomendaciones

Subjects that continue the syllabus

Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna/V03M134V01108

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Gestión Ética/V03M134V01102

Subjects that it is recommended to have taken before

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

IDENTIFYING DATA**Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna | | | |
| Code | V03M134V01108 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 1c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Diéguez Castrillón, María Isabel | | | |
| Lecturers | Diéguez Castrillón, María Isabel | | | |
| E-mail | idieguez@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | |
|------|--|
| Code | |
| 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 |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. |
| 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. |
| A8 | C. GENERAL_Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual. |
| 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. |
| 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. |
| B3 | c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas |

Competencias de materia

| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|------------------------------------|-------------|--|
| (*) | saber | A1 A2 A3 A4 |
| (*) | saber hacer | A5 A6 A7 A8 A9 A10 A11 A12 A13 A14 A15 |
| (*) | saber hacer | B1 B2 B3 B4 |

Contenidos

| Topic | |
|---|--|
| (*)Prácticas de Responsabilidade social interna | (*)Conciliación Xestión da diversidade igualdade Comunicación interna Voluntariado corporativo |
| (*)Aplicación de prácticas de Responsabilidade social interna | (*)Plan de igualdad Plan de comunicación interna Plan de responsabilidade social interna |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 5 | 25 | 30 |
| Presentaciones/exposiciones | 2 | 4 | 6 |
| Trabajos tutelados | 3 | 12 | 15 |
| Sesión magistral | 10 | 10 | 20 |
| Otras | 2 | 2 | 4 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| Description | |
|--|--|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | (*)Análise de casos concretos de prácticas de responsabilidade social interna |
| Presentaciones/exposiciones | (*) Presentación e posta en común de resultados de traballos |
| Trabajos tutelados | (*) Realización de traballos en grupo o individuais sobre contidos da asignatura |
| Sesión magistral | (*) Exposición de contidos teóricos da materia |

Atención personalizada

Evaluación

| Description | Qualification |
|--|---|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | (*)Resolución de casos que aborden prácticas de xestión responsable nas organizacións 25 |
| Trabajos tutelados | (*)Realización dun plan de actuación em materia de responsabilidade social interna 50 |
| Otras | (*)Proba de asimilación de contidos 25 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se

podrá exigir un examen

Fuentes de información

MERINO SEGOVIA A., **IGUALDAD DE GÉNERO, EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**, EDITORIAL BOMARZO,
SANZ DE GALEANO B., **FLEXIBILIDAD DE LA JORNADA LABORAL**, TIRANT LO BLANCH,
CARNEIRO CANEDA M., **GUIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNA Y RECURSOS HUMANOS**, JUNTA DE ANDALUCIA,

CURTO GRAU M., **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA DE LAS EMPRESAS**, IESE,

CARNEIRO CANEDA M., **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA INTERNA**, PRENTICE HALL,

ARAGON MEDINA J; ROCHA SANCHEZ F., **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ESPAÑA: una aproximación desde la perspectiva laboral**, MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES,

ANCA, C.; VÁZQUEZ, A., **La gestión de la diversidad en la organización global**, PRENTICE HALL,

PIN, J.R., **Libro blanco sobre la gestión de la diversidad en las empresas españolas: retos, oportunidades y buenas prácticas**, IESE,

<http://www.observatoriocomunicacioninterna.es>,

<http://www.igualdadenlaempresa.es/>,

Guia para la gestión de la igualdad en las organizaciones, FORÉTICA,

MARIN, F., **Responsabilidad social corporativa y comunicación**, FRAGUA,

Recomendaciones

Subjects that it is recommended to have taken before

Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)/V03M134V01107

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

IDENTIFYING DATA**Gestión de la Calidad Total**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Gestión de la Calidad Total | | | |
| Code | V03M134V01201 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 5 | Mandatory | 1 | 2c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Ferro Soto, Carlos Antonio | | | |
| Lecturers | Ferro Soto, Carlos Antonio | | | |
| E-mail | cferro@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | | | |
|------|--|--|--|
| Code | | | |
| 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 | | |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan 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 | | |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | |
| 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. | | |
| 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. | | |
| A16 | C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones | | |
| A28 | C. ESPECÍFICA_Conocer la evolución del concepto de calidad y de las formas de su gestión para una mejor comprensión del concepto de calidad total, y todas sus implicaciones estratégicas y sus relaciones con la actuación socialmente responsable de la empresa y la preservación del medio ambiente | | |
| 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. | | |
| B3 | c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados | | |

Competencias de materia

| | | |
|---|----------|---|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
| Conocer la evolución del concepto de calidad y de su aplicación en el terreno empresarial como medio de comprender la situación actual y las líneas de avance que se perfilan en materia de la calidad y de su gestión. | saber | A1 A3 A4 A5 A6 A7 A28 |

| | | |
|--|--|--|
| Entender el significado de Calidad Total y lo que supone implantar el enfoque de Gestión de la Calidad Total en las organizaciones. | saber | A1 A2 A3 A4 A5 A6 A7 A28 |
| Asumir el valor estratégico de la gestión de la calidad en el entorno empresarial actual y conocer los diferentes modelos que pueden servir a las empresas para implantar un sistema de gestión de la calidad y desarrollar el enfoque de calidad total. | saber Saber estar /ser | A1 A3 A4 A5 A6 A7 A28 |
| Conocer y aprender a utilizar las herramientas y técnicas que permiten desarrollar la actividad de una empresa bajo la perspectiva de la calidad, desde la planificación y diseño de productos y procesos, pasando por la ejecución de los mismos, la medición de los resultados obtenidos y, finalmente, la incorporación de la mejora continua en la dinámica de la empresa. | saber saber hacer Saber estar /ser | A5 A6 A12 A13 A14 A15 A16 A28 B1 B2 B3 |

Contenidos

| | |
|--|--|
| Topic | |
| LAS BASES DE LA CALIDAD TOTAL Y SU GESTIÓN | Tema 1. Concepto de Calidad: La Calidad Total Tema 2. Gestión de Calidad Total o Total Quality Management (TQM) Tema 3. Costes asociados a la calidad |
| LA CALIDAD EN EL DISEÑO Y LA PRODUCCIÓN | Tema 4. La calidad en el diseño: Planificación de la calidad Tema 5. La Calidad en la producción: Control y mejora de procesos Tema 6. Herramientas básicas para la mejora de la calidad y su aplicación en la resolución de problemas |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Trabajos de aula | 20 | 20 | 40 |
| Sesión magistral | 15 | 0 | 15 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 0.75 | 20 | 20.75 |
| Trabajos y proyectos | 0.25 | 49 | 49.25 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|------------------|---|
| Trabajos de aula | El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante. |
| Sesión magistral | El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|----------------------|--|
| Trabajos de aula | Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento/desarrollo de actividades de la asignatura y del proceso de aprendizaje. |
| Tests | Description |
| Trabajos y proyectos | Entrevistas que el alumno mantiene con el profesorado de la asignatura para asesoramiento/desarrollo de actividades de la asignatura y del proceso de aprendizaje. |

Evaluación

| Description | Qualification |
|-------------|---------------|
|-------------|---------------|

| | | |
|--|---|----|
| Trabajos de aula | El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión del profesor. Puede estar vinculado su desarrollo con actividades autónomas del estudiante. | 30 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Prueba en la que el alumno debe solucionar una serie de problemas y/o ejercicios en un tiempo/condiciones establecido/as por el profesor. De esta manera, el alumno debe aplicar los conocimientos que ha adquirido. | 40 |
| Trabajos y proyectos | El estudiante presenta el resultado obtenido en la elaboración de un documento sobre la temática de la materia, en la preparación de seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Se puede llevar a cabo de manera individual o en grupo, de forma oral o escrita | 30 |

Other comments on the Evaluation

Tendrán que acudir al examen final:

-Los alumnos que participen en la evaluación continua y no alcancen el 50% de la calificación máxima. en esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

CUATRECASAS, L, **Gestión Integral de la Calidad. Implantación, Control y Certificación**, Gestión 2000, Barcelona. 2ª edición.,

GONZÁLEZ GAYA, C.; DOMINGO NAVAS, R y SEBASTIÁN PÉREZ, M.A, **Técnicas de Mejora de la Calidad**, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid,

SANGÜESA, M.; MATEO, R.; ILZARBE, L., **Teoría y Práctica de la Calidad.**, Thompson,

CAMISÓN, C.; CRUZ, S.; GONZÁLEZ, C., **Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas.**, Pearson. Prentice Hall,

Recomendaciones

IDENTIFYING DATA**Sistemas Normalizados de Gestión de Calidad de las Relaciones Laborales Medioambientales**

| | | | | |
|---------------------|--|-----------|------|------------|
| Subject | Sistemas Normalizados de Gestión de Calidad de las Relaciones Laborales Medioambientales | | | |
| Code | V03M134V01202 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 5 | Mandatory | 1 | 2c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Fernández González, Arturo José | | | |
| Lecturers | Fernández González, Arturo José | | | |
| E-mail | ajfdez@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | (*)Esta materia adícase aos sistemas de xestión empresarial e os modelos existentes, en xeral internacionais, para os devanditos sistemas (normas ISO, OHSAS, etc) con especial atención á xestión da calidade, o medio ambiente e a seguridade e saúde no traballo, así como á Responsabilidade Social Empresarial. Primeiramente, expóñense os conceptos de normalización, certificación e acreditación. | | | |

Competencias de titulación

| | | | | |
|------|--|--|--|--|
| Code | | | | |
| 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 | | | |
| A4 | C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | | |
| 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. | | | |
| A8 | C. GENERAL_Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual. | | | |
| A15 | C. GENERAL Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos. | | | |
| A26 | C. ESPECÍFICA_Integrar e implementar los diferentes sistemas de gestión normalizados de I+D+I, calidad y medioambiente en el proceso de planificación estratégica de la empresa teniendo en consideración su responsabilidad social corporativa. | | | |
| 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. | | | |

Competencias de materia

| | | | |
|------------------------------------|-------------------------------|----|--|
| Expected results from this subject | Training and Learning Results | | |
| (*) | A1 | B1 | |
| | A4 | B2 | |
| | A6 | | |
| | A7 | | |
| | A8 | | |
| | A15 | | |
| | A26 | | |

Contenidos

| | | | |
|--|---|--|--|
| Topic | | | |
| (*)1. Normalización, certificación y acreditación. | | | |
| (*)2. Modelos de gestión de la calidad: ISO 9000 | (*)2.1. La norma ISO 9001 2.2. Diseño, desarrollo e implantación de un sistema de gestión de la calidad según ISO 9000 | | |

| | |
|---|--|
| (*)3. Modelos de gestión de la calidad. Otros referenciales | (*)3.1. La gestión de la calidad en el sector de automoción 3.2. La gestión de la calidad en el sector sanitario 3.3. La gestión de la calidad y la seguridad alimentaria 3.4. La gestión de la calidad en otros sectores |
| (*)4. Modelos de Excelencia | (*)4.1. El Modelo EFQM de Excelencia |
| (*)5. La gestión medioambiental | (*)5.1. Introducción a la gestión medioambiental 5.2. Legislación medioambiental |
| (*)6. Modelos de gestión medioambiental: ISO 14000 y Reglamento EMAS | (*)6.1. La norma ISO 14001 6.2. Diseño, desarrollo e implantación de un sistema de gestión medioambiental según ISO 14000 6.3. El Reglamento EMAS 6.4. Comparativa ISO 14000 vs EMAS |
| (*)7. Auditorías internas de sistemas de gestión | (*)7.1. Auditorías internas. Planificación, realización y registro 7.2. La norma ISO 19011 |
| (*)8. Introducción a la gestión de la seguridad y salud en el trabajo | (*)8.1. Conceptos básicos de gestión de la seguridad y salud en el trabajo 8.2. Legislación de seguridad y salud en el trabajo |
| (*)9. Modelos de gestión de la seguridad y salud en el trabajo: OHSAS 18000 | (*)9.1. El estándar OHSAS 18001 9.2. Diseño, desarrollo e implantación de un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo según OHSAS 18000 |
| (*)10. Modelos para los sistemas de gestión de la sostenibilidad y Responsabilidad Social Empresarial | |
| (*)11. Sistemas integrados de gestión | |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Sesión magistral | 25 | 25 | 50 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 5 | 5 | 10 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 10 | 10 | 20 |
| Informes/memorias de prácticas | 0 | 45 | 45 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|---|
| Sesión magistral | (*) Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | (*) Actividade na que se formulan problemas e/ou exercicios relacionados coa materia. O alumno debe desenvolver as solucións adecuadas ou correctas mediante a exercitación de rutinas, a aplicación de fórmulas ou algoritmos, a aplicación de procedementos de transformación da información dispoñible e a interpretación dos resultados. Adóitase empregar como complemento da lección maxistral. |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | (*) Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipóteses, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|-------------|
| Sesión magistral | |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | |
| Tests | Description |
| Informes/memorias de prácticas | |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|--|--|---------------|
| Resolución de problemas y/o ejercicios | | 15 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | | 15 |
| Informes/memorias de prácticas | (*) O estudante presenta unha memoria de cada práctica. Poderase levar a cabo de maneira individual ou en grupo, segundo o caso. | 70 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen

el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

CAMISÓN, C.; CRUZ, S.; GONZÁLEZ, T., **Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas**, Pearson-Prentice Hall, Madrid,

CUATRECASAS, L., **Gestión Integral de la Calidad. Implantación, Control y Certificación**, Gestión 2000, Barcelona,
SEOÁNEZ CALVO, M. y ANGULO AGUADO, I., **Manual de Gestión Medioambiental de la Empresa: Sistemas de Gestión Medioambiental, Auditorías Medioambientales, Evaluaciones de Impacto Ambiental.**, Díaz de Santos, Madrid,

BELLAICHE, M., **Después de la certificación ISO 9001**, AENOR Ediciones, Madrid,

CUADERNOS IMPIVA, **Aspectos medioambientales. Identificación y evaluación**, AENOR/IMPIVA, Valencia,

DEMING, W.E., **Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis**, Ediciones Díaz de Santos, S.A., Madrid,

GONZÁLEZ GAYA, C.; DOMINGO NAVAS, R.; SEBASTIÁN PÉREZ, M.A., **Técnicas de mejora de la calidad**, UNED, Madrid,

GRYNA, F.M.; CHUA, R.C.H.; DEFEQ, J.A., **Método Juran. Análisis y Planeación de la calidad**, McGraw-Hill, México D.F.,

HAYES, B.E., **Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios**, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona,

IHOBE, **Indicadores Medioambientales para la Empresa**, IHOBE, País Vasco,

JONQUIÈRES, M., **Manual de auditoría de los sistemas de gestión**, AENOR Ediciones, Madrid,

JURAN, J.M.; BLANTON, A., **Manual de Calidad**, McGraw-Hill, México D.F.,

www.aenor.es,

www.aec.es,

<http://http://gio.uvigo.es/assignaturas/gestioncalidad>,

www.iso.ch,

www.belt.es,

<http://www.cmati.xunta.es/>,

<http://www.clubexcelencia.org/>,

http://ec.europa.eu/environment/emas/index_en.htm,

www.enac.es,

<http://www.insht.es>,

UNE (AENOR),

CONFEDERACIÓN CANARIA DE EMPRESARIOS, **Manual de Prevención de Riesgos Laborales. 660 Preguntas y Respuestas sobre la Prevención**, Confederación Canaria de Empresarios, CEOE,

SÁNCHEZ-TOLEDO, A.; FERNÁNDEZ, B., **Cómo implantar con éxito OHSAS 18001**, AENOR Ediciones, Madrid,

AENOR, **UNE-EN ISO 9001:2008**, AENOR,

AENOR, **UNE-EN ISO 14001:2004**, AENOR,

AENOR, **OHSAS 18001:2009**, AENOR,

Se emplearán las tecnologías de la información y de la comunicación como fuente de información de carácter académico y científico.

Recomendaciones

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Gestión de la Calidad Total/V03M134V01201

Subjects that it is recommended to have taken before

Gestión de la Calidad Total/V03M134V01201

IDENTIFYING DATA**Inversión y Financiación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Inversión y Financiación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad | | | |
| Code | V03M134V01203 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 2c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Comesaña Benavides, Fernando | | | |
| Lecturers | Comesaña Benavides, Fernando González Loureiro, Miguel | | | |
| E-mail | fercoben@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | Trata de formar al alumnado de buena prácticas en materia financiera. En esta materia se revisará el impacto de las principales decisiones estratégicas en los ámbitos de inversión y financiación, sobre el gobierno responsable de una empresa. Para ello se abordará el manejo de las principales herramientas para el control de gestión estratégico. | | | |

Competencias de titulación

Code

Competencias de materia

| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|---|----------|-------------------------------|
| Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente | | |
| Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social. | | |
| 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. | | |
| Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización. | | |
| Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados | | |
| Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | | |

Contenidos

Topic

Tema 1- Implicaciones de la estrategia empresarial en la inversión y financiación. La DPO.

Tema 2- Inversión y financiación derivada de decisiones sobre localización, adquisición de medios productivos y subcontratación.

Tema 3- Inversión y financiación relativa a decisiones de la función de ventas-marketing-distribución.

Tema 4- Inversión y financiación derivada de decisiones sobre la función de compras.

Tema 5- Inversión y financiación relativa a decisiones de la función de operaciones.

Tema 6- Visión conjunta de la gestión de la inversión y la financiación de la empresa en el equilibrio económico-financiero.

Tema 7- Control de gestión y cuadro de mando para la gestión responsable de la empresa.

Tema 8- Fuentes de financiación socialmente responsable.

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 5 | 15 | 20 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 5 | 20 | 25 |
| Sesión magistral | 10 | 20 | 30 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|--|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Se efectuarán diversas actividades dirigidas a afianzar los conocimientos adquiridos por el estudiantado en las clases teóricas a través de estudios de casos. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | |
| Sesión magistral | Las clases teóricas se expondrán los principales contenidos de los distintos temas, desarrollando con más detalle los puntos de mayor complejidad. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|---|
| Sesión magistral | El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas. |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | El estudiantado podrá utilizar las tutorías determinadas por el profesorado para recibir una atención personalizada, con el fin de resolver sus dudas de las clases teóricas y prácticas. |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|--|---|---------------|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Resolución de ejercicios, casos o supuestos sobre contenidos y conceptos desarrollados en la asignatura | 50 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | | 50 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

Beatriz Fernández Olit, **Cómo fomentar la inversión socialmente responsable en España**, Eurosif, Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció. Comisión de Contabilidad de Gestión, **Manual de control de gestión : diseño e implementación de sistemas de control de gestión**, Barcelona,
Juan F. Pérez-Carballo, **Control de la gestión empresarial: [texto y casos]**, Madrid,

Recomendaciones

Other comments

Conocimientos básicos sobre Inversión y Financiación Empresarial

IDENTIFYING DATA**Contabilidad Social**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Contabilidad Social | | | |
| Code | V03M134V01204 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 3 | Mandatory | 1 | 2c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Comesaña Benavides, Fernando | | | |
| Lecturers | Comesaña Benavides, Fernando | | | |
| E-mail | fercoben@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

| | | | |
|------|--|--|--|
| Code | | | |
| 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 | | |
| A3 | C. BASICA_Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones <input type="checkbox"/> y los conocimientos y razones últimas que las sustentan <input type="checkbox"/> a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades | | |
| A4 | C. BASICA_Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | | |
| 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 | | |
| A29 | C. ESPECÍFICA_Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente | | |
| 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. | | |
| B4 | C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas | | |

Competencias de materia

| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|------------------------------------|----------------------|-------------------------------|
| A1 | saber | A1 |
| A2 | saber saber hacer | A2 |
| A3 | saber hacer | A3 |
| A4 | saber saber hacer | A4 |
| A5 | saber hacer | A5 |
| A6 | saber hacer | A6 |
| A7 | Saber estar /ser | A7 |
| A9 | saber hacer | A9 |
| A10 | saber | A10 |
| A29 | saber | A29 |

| | | |
|----|--|----|
| B1 | saber saber hacer Saber estar /ser | B1 |
| B4 | saber | B4 |

Contenidos

| |
|--|
| Topic |
| 1-Conceptos Previos Contables |
| 2-Contabilidad Medioambiental |
| 3-Contabilidad de los Recursos Humanos |
| 4-Contabilidad de los Valores Éticos |
| 5-Evolución de la Contabilidad Social |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|--|-------------|-----------------------------|-------------|
| Sesión magistral | 10 | 20 | 30 |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | 5 | 15 | 20 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 5 | 15 | 20 |
| Foros de discusión | 0 | 5 | 5 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|--|--|
| Sesión magistral | Exposición de los contenidos planteados en la estructura del temario, presentando las teorías y corrientes de actuación existentes. Se plantearán ejemplos y cuestiones de aplicación práctica al tejido empresarial sobre los contenidos presentados. |
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Planteamiento de casos relevantes de estudio, sobre los cuales los alumnos deberán analizar los niveles en que se utiliza la contabilidad social. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Planteamiento de problemas a los que el alumnado debe buscar una solución de acuerdo con las teorías y métodos expuestos en las clases teóricas. |
| Foros de discusión | Espacio de discusión sobre noticias introducidas por los docentes como objeto de debate y participación en el mismo con aportaciones abiertas. |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|--|--|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Los docentes de la materia atenderán dudas planteadas por los alumnos en las clases magistrales o prácticas de manera global. En la finalización de las mismas se atenderán dudas particulares de manera informal. Las tutorías predeterminadas por los docentes en el despacho servirán para ampliar esta atención sobre los contenidos de las sesiones teóricas o prácticas (casos o ejercicios). El profesorado participará moderando los foros de discusión. En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas. |
| Sesión magistral | Los docentes de la materia atenderán dudas planteadas por los alumnos en las clases magistrales o prácticas de manera global. En la finalización de las mismas se atenderán dudas particulares de manera informal. Las tutorías predeterminadas por los docentes en el despacho servirán para ampliar esta atención sobre los contenidos de las sesiones teóricas o prácticas (casos o ejercicios). El profesorado participará moderando los foros de discusión. En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas. |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Los docentes de la materia atenderán dudas planteadas por los alumnos en las clases magistrales o prácticas de manera global. En la finalización de las mismas se atenderán dudas particulares de manera informal. Las tutorías predeterminadas por los docentes en el despacho servirán para ampliar esta atención sobre los contenidos de las sesiones teóricas o prácticas (casos o ejercicios). El profesorado participará moderando los foros de discusión. En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas. |
| Foros de discusión | Los docentes de la materia atenderán dudas planteadas por los alumnos en las clases magistrales o prácticas de manera global. En la finalización de las mismas se atenderán dudas particulares de manera informal. Las tutorías predeterminadas por los docentes en el despacho servirán para ampliar esta atención sobre los contenidos de las sesiones teóricas o prácticas (casos o ejercicios). El profesorado participará moderando los foros de discusión. En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas. |

Evaluación

| Description | Qualification |
|-------------|---------------|
|-------------|---------------|

| | | |
|--|---|----|
| Estudio de casos/análisis de situaciones | Valoración efectuada en las sesiones dedicadas a la exposición y análisis de casos de manera personal. | 50 |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | Valoración efectuada en las sesiones dedicadas a la resolución de ejercicios de casos de manera personal. | 50 |

Other comments on the Evaluation

El MAiE sigue un sistema de evaluación continua y exige una presencialidad mínima del 80%. Los alumnos que no alcancen el 50% de la calificación en la evaluación continua, tendrán que acudir a segunda convocatoria. En esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

Mathews, M. R., **Socially responsible accounting,**

Mathews, M. R. y Perera, M.H., **Accounting Theory and Development,**

Recomendaciones

Subjects that it is recommended to have taken before

Inversión y Financiación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad/V03M134V01203

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

Other comments

Es de utilidad, pero no imprescindible tener conocimientos previos de Contabilidad Empresarial

IDENTIFYING DATA**Trabajo Fin de Máster**

| | | | | |
|---------------------|---|-----------|------|------------|
| Subject | Trabajo Fin de Máster | | | |
| Code | V03M134V01206 | | | |
| Study programme | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa | | | |
| Descriptors | ECTS Credits | Choose | Year | Quadmester |
| | 13 | Mandatory | 1 | 2c |
| Teaching language | | | | |
| Department | Organización de empresas y marketing | | | |
| Coordinator | Otero Neira, María del Carmen | | | |
| Lecturers | Otero Neira, María del Carmen | | | |
| E-mail | cachu@uvigo.es | | | |
| Web | | | | |
| General description | | | | |

Competencias de titulación

Code

Competencias de materia

| | | |
|------------------------------------|----------|-------------------------------|
| Expected results from this subject | Typology | Training and Learning Results |
|------------------------------------|----------|-------------------------------|

Contenidos

| | |
|--|--|
| Topic | |
| El Trabajo Fin de Máster tratará sobre un proyecto integral que recoja, amplíe y aplique los conocimientos y capacidades adquiridos en las materias cursadas por el estudiante | * Prácticas en empresas * Monitor Consulting Project * TFM |

Planificación

| | Class hours | Hours outside the classroom | Total hours |
|-----------------------------|-------------|-----------------------------|-------------|
| Presentaciones/exposiciones | 5 | 20 | 25 |
| Otros | 25 | 275 | 300 |

*The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Metodologías

| | Description |
|-----------------------------|--|
| Presentaciones/exposiciones | El TFM se presentará ante un tribunal, una vez que tenga el visto bueno del tutor. |
| Otros | El alumno realizará el Trabajo Fin de Máster bajo la supervisión de un tutor con reuniones periódicas entre ambos. Habrá una sesión inicial en la que se expondrán las directrices que guiarán la realización del trabajo y un conjunto de reuniones de seguimiento. El TFM puede realizarse con practicas en empresas |

Atención personalizada

| Methodologies | Description |
|---------------|--|
| Otros | El TFM se realiza por el alumno bajo la tutorización de un profesor que revisará su trabajo autónomo. Además, se realizarán varias sesiones magistrales en las que se harán recomendaciones generales para la realización de este tipo de trabajos |

Evaluación

| | Description | Qualification |
|-----------------------------|--|---------------|
| Presentaciones/exposiciones | | 20 |
| Otros | <p>El TFM se realiza por el alumno bajo la tutorización de un profesor que revisará su trabajo autónomo. Además, se realizarán varias sesiones magistrales en las que se harán recomendaciones generales para la realización de este tipo de trabajos.</p> <p>El alumno expondrá y defenderá el Trabajo Fin de Máster (memoria prácticas o Monitor consulting Project) ante un tribunal.</p> | 80 |

Other comments on the Evaluation

Fuentes de información

Recomendaciones
