

(*)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 segregó 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 - secfce@uvigo.es (Secretaría de Alumnos)

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 AOS 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 (matrículas, 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.

Horario : De 8:45 a 20:45 h.

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	A Responsabilidade Social na Empresa	1st	5
V03M134V01102	Xestión Ética	1st	5
V03M134V01103	Dirección Estratéxica	1st	5
V03M134V01104	RSC e Marketing	1st	3
V03M134V01105	Marketing Responsable	1st	4
V03M134V01106	Información e Comunicación da RSC	1st	3
V03M134V01107	Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)	1st	3
V03M134V01108	Implantación e Temas Avanzados de Responsabilidade Social Empresarial Interna	1st	3
V03M134V01201	Xestión da Calidade Total	2nd	5
V03M134V01202	Sistemas Normalizados de Xestión de Calidade e das Relacións Laborais	2nd	3
V03M134V01203	Inversión e Financiación Socialmente con Criterios de Sostibilidade	2nd	3
V03M134V01204	Contabilidade Social	2nd	3

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	Type	Year	Quadmester
	5	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
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

Type A	Code	Competences Specific
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	Demstrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A8	C. GENERAL	Demstrar 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	Demstrar 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.
A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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		
Subject competences	Typology	Competences
(*)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

	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
Sesión magistral	Se valorará la asistencia y participación en el aula	10
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

Other comments and second call

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

ALMAGRO, J., GARMENDIA, J.A., TORRE. I. (2009): *Responsabilidad social: una reflexión global sobre la RSE*, Prentice Hall.

BOWEN, H.R. (1953): *Social Responsibilities of the Businessman*, Harper and Row.

CARROL, A.B.(1999): "Corporate social responsibility. Evolution of a definitional construct", *Business & Society*, vol 38, nº3, pp. 268-2.

CARROLL, A.B.(1991): "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", *Business Horizons*, 34, pp. 39-48.

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

COMISIÓN EUROPEA (2002): *Comunicación de la Comisión relativa a la RSE: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*.

DE LA CUESTA, M.(2004): "El porqué de la responsabilidad social corporativa", *Boletín ICEEconómico*, 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.

DOPICO PARADA, A.I., RODRÍGUEZ DAPONTE, R Y GONZÁLEZ VÁZQUEZ, E. (2014): "¿Qué actividades de Responsabilidad Social Empresarial son valoradas por los consumidores? El efecto sobre su comportamiento de compra". *Revista de Administración de Empresas RAE*. nº 54 (1), pag. 39-52.

García del Junco, J.; Palacios Florencio, B. y Espasandín Bustelo, F (2013): *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*, Ediciones Pirámide, Madrid.

HARTMAN, LAURA P; DESJARDINS, J. Y ESPINOZA, F.A (2014): *Ética en los negocios : decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal*. McGraw-Hill/Interamericana.

http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/valoracion_de_la_rsc_por_el_consumidor_y_medicion_de_su_efecto_sobre_las_compras_0.pdf

MORRÓS RIBERA, J. Y VIDAL MARTÍNEZ, I. (2014): *Responsabilidad social sostenibilidad : GRI e ISO 26000*. Fundación Confemetal, Madrid.

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

RAUFFLET, E. (2012):*Responsabilidad social empresarial*, Pearson.

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.

Â

<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

Â

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	Type	Year	Quadmester
	5	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
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

Type A	Code	Competences Specific
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.
A16	C. GENERAL_	Adaptarse a nuevas situaciones

A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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		
Subject competences	Typology	Competences
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

Contenidos

Topic

ETICA Y VALORES EN LA EMPRESA

MISIÓN Y VISION EN LA EMPRESA

INTEGRACION DE ESTRATEGIA Y CULTURA
EMPRESARIALRESPONSABILIDAD 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
Sesión magistral	Exposición teórica por parte del profesor de los contenidos de la materia

Atención personalizada

	Description
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
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 and second call

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

À

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

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	Type	Year	Quadmester
	5	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
Coordinator	Vila Alonso, María Mercedes			
Lecturers	González Loureiro, Miguel Vila Alonso, María Mercedes			
E-mail	mvila@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias de titulación

Type A	Code	Competences Specific
	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.

A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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

	Description
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
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 and second call

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, 2013
Porter, estrategia competitiva, piramide, 2009
Navas y Guerras, Direccion estrategica, civitas, 2007
Schilling, Dirección Estratégica de la innovación tecnológica, Mc Graw-Hill, 2008
Olcese, Manual de la empresa responsable y sostenible, McGraw-Hill, 2008
Moreno, Uriarte y Topa, La responsabilidad social empresarial, piramide, 2010

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
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

Type A	Code	Competences Specific
	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.
	A16	C. GENERAL_ Adaptarse a nuevas situaciones
	A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo

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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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 en condiciones óptimas de coste y tiempo.	saber hacer	A5
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

Mostrar 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 Saber estar /ser	A13
Trabajar en equipo.	saber hacer Saber estar /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

Description

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 and second call

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. (2005). Plan de marketing: paso a paso. 2ª ed. Esic, Madrid.
- Cutropía, C. (2000). El plan de marketing: cómo elaborarlo con ayuda informática. 3ª ed. Esic. Madrid.
- De Jay, R. (2001). Prepare un buen plan de marketing en una semana. Gestión 2000. Barcelona.
- Kotler, P; Armstrong, G. (2012). Marketing. Pearson Educación. México.
- Kotler, P.; Kartajava, H.; Setiawan, I. (2011). Marketing 3.0. LIP Editorial Empresarial. Madrid.
- Martin, D.; Schouten, J. (2012). Sustainable Marketing. Prentice Hall
- Rauflet, E.; Lozano, J. F.; Barrera, E.; García, C. (2012). Responsabilidad Social Empresarial. Pearson Educación. México.
- Sainz de Vicuña-Ancín, J. M. (2010). El plan de Marketing en la práctica. 15ª ed. Esic. Madrid.
- Silos, J.; Galiano, J.P. (2011). Informe Forética 2011. Evolución de la responsabilidad social de las empresas en España.
- Velasquez, M. (2006). Ética en los negocios. 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	Type	Year	Quadmester
	4	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
Coordinator	González Vázquez, Encarnación			
Lecturers	González Vázquez, Encarnación			
E-mail	egzlez@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias de titulación

Type A	Code	Competences Specific
	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.
	A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones

A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
---------------------	----------	-------------

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
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		A4 A6 A9 A10
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		A12 A13 A14 A15
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.		A19 A20
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.		B1 B2 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

	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 guiara 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 guiara en el proceso de aprendizaje del alumno

Evaluación

	Description	Qualification
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
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

Other comments and second call

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)
- ▷ Raufflet, E.; Lozano Aguilar, F.; Barrera Duque, E. y García de la Torre, C.: *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Ed. Pearson Educación de México, S.A. (2012)
- ▷ Sean, A. y Kliksberg, B.: *PRIMERO LA GENTE.Â* Ed. Deusto (2007)
- ▷ Hooker, J.: *BUSINESS ETHICS AS RATIONAL CHOICE*. Ed Prentice Hall (2011)
- ▷ Velasquez, M.G.: *BUSINESS ETHICS. Concepts and cases*. Ed. Pearson (2012)
- ▷ Kotler, P. y Lee, N.R.: *UP AND OUT OF POVERTY"* Ed. Pearson Education (2009)

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
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

Type A	Code	Competences Specific
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	Demstrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A8	C. GENERAL	Demstrar 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	Demstrar 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.

A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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	<ol style="list-style-type: none">1. Concepto de reputación empresarial. Su papel dentro de la responsabilidad social corporativa2. Características de la reputación empresarial3. Dimensiones de la reputación4. Diferencias con la imagen corporativa y la identidad corporativa.5. Ventajas competitivas de la reputación empresarial6. Oportunidades y amenazas de la reputación7. Cómo gerenciar la reputación8. Cultura organizativa y reputación9. Riesgo reputacional10. La reputación empresarial en la red11. Casos de reputación empresarial
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	<ol style="list-style-type: none">1. Introducción: la comunicación2. Marketing corporativo3. 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

Description

Evaluación

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

Other comments and second call

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

Carr, P. (2005). Cause related marketing: a study of consumer nonprofit brand identification. Tesis Doctoral, Department of Planning, Public Policy, and Management, Graduate School, University of Oregon.

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

Morsing, M. Y Schultz, M. (2006). "Corporate Social Responsibility communication: stakeholder information

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

Martín de Castro, G. (2008): Reputación empresarial y ventaja competitiva. Esic.

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

Villfañe Gallego, J. (2004): La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, Ed. Pirámide.

Â

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
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

Type A	Code	Competences Specific
	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.
A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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 A6
Saber estar /ser 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 A12
Saber estar /ser 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

	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

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

Other comments and second call

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, 2012

Carneiro Caneda, M., Guía de Responsabilidad Social Empresarial Interna y Recursos Humanos , Junta de Andalucía, 2009

Velasquez, M.G, Etica en los Negocios, Pearson, 2012

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, 2005

AEDIPE, La Aplicación de la Responsabilidad Social a la Gestión de Personas, AEDIPE, 2008

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	1c
Language				
Department				
Coordinator	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Lecturers	Diéguez Castrillón, María Isabel			
E-mail	idieguez@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias de titulación

Type A	Code	Competences Specific
	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.
A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
(*)	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 responsabilidad 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

Description

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 and second call

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, 2009

SANZ DE GALEANO B., FLEXIBILIDAD DE LA JORNADA LABORAL, TIRANT LO BLANCH, 2009

CARNEIRO CANEDA M., GUIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNA Y RECURSOS HUMANOS, JUNTA DE ANDALUCIA, 2009

CURTO GRAU M., LA RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA DE LAS EMPRESAS , IESE, 2012

CARNEIRO CANEDA M., LA RESPONSABILIDA SOCIAL CORPORATIVA INTERNA, PRENTICE HALL, 2004

ARAGON MEDINA J; ROCHA SANCHEZ F., LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN ESPAÑA: una aproximación desde la perspectiva laboral, MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES, 2004

ANCA, C.; VÁZQUEZ, A., La gestión de la diversidad en la organización global, PRENTICE HALL, 2005

PIN, J.R, Libro blanco sobre la gestión de la diversidad en las empresas españolas: retos, oportunidades y buenas prácticas, IESE, 2007

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

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

, Guia para la gestión de la igualdad en las organizaciones, FORÉTICA, 2008

MARIN, F., Responsabilidad social corporativa y comunicación, FRAGUA, 2008

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	Type	Year	Quadmester
	5	Mandatory	1	2c
Language				
Department				
Coordinator	Ferro Soto, Carlos Antonio			
Lecturers	Ferro Soto, Carlos Antonio			
E-mail	cferro@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias de titulación

Type	A	Code	Competences Specific
	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.
	A16		C. GENERAL_ Adaptarse a nuevas situaciones

A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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

	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.
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 and second call

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. , 2001

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, 2000

SANGÜESA, M.; MATEO, R.; ILZARBE, L., Teoría y Práctica de la Calidad., Thompson, 2006

CAMISÓN, C.; CRUZ, S.; GONZÁLEZ, C., Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas. , Pearson. Prentice Hall, 2007

Recomendaciones

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

Subject	Sistemas Normalizados de Gestión de Calidad y de las Relaciones Laborales			
Code	V03M134V01202			
Study programme	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descriptors	ECTS Credits	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Language				
Department				
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

Subject competences	Typology	Competences
(*)	saber	A1
	saber hacer	A4
		A6
		A7
		A8
		A15
		A26
		B1
		B2

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	10	35
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	5	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	5	10
Informes/memorias de prácticas	0	20	20

*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, diagnosticalo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.

Atención personalizada

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

Evaluación

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

Other comments and second call

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, 2007

CUATRECASAS, L., Gestión Integral de la Calidad. Implantación, Control y Certificación, Gestión 2000, Barcelona, 2001

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, 1999

BELLAICHE, M., Después de la certificación ISO 9001, AENOR Ediciones, Madrid, 2007

CUADERNOS IMPIVA, Aspectos medioambientales. Identificación y evaluación, AENOR/IMPIVA, Valencia, 2002

DEMING, W.E. , Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis, Ediciones Díaz de Santos, S.A., Madrid, 1989

GONZÁLEZ GAYA, C.; DOMINGO NAVAS, R.; SEBASTIÁN PÉREZ, M.A. , Técnicas de mejora de la calidad, UNED, Madrid, 2000

GRYNA, F.M.; CHUA, R.C.H.; DEFEO, J.A. , Método Juran. Análisis y Planeación de la calidad, McGraw-Hill, México D.F., 2007

HAYES, B.E., Cómo medir la satisfacción del cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona, 1995

IHOBE, Indicadores Medioambientales para la Empresa, IHOBE, País Vasco, 1999

JONQUIÈRES, M., Manual de auditoría de los sistemas de gestión, AENOR Ediciones, Madrid, 2007

JURAN, J.M.; BLANTON, A., Manual de Calidad, McGraw-Hill, México D.F., 2001

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, 2011

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

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

AENOR, OHSAS 18001:2009, AENOR, 2009

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
Language				
Department	Economía financiera y contabilidad 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

Type A	Code	Competences Specific
	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.
A16	C. GENERAL_ Adaptarse a nuevas situaciones
A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
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

	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 and second call

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, 2003

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, 2010

Juan F. Pérez-Carballo , Control de la gestión empresarial: [texto y casos] , Madrid, 2008

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	Type	Year	Quadmester
	3	Mandatory	1	2c
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

Type	A	Code	Competences Specific
	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.
	A16		C. GENERAL_ Adaptarse a nuevas situaciones

A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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		
Subject competences	Typology	Competences
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

	Description
Estudio de casos/análisis de situaciones	<p>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.</p> <p>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).</p> <p>El profesorado participará moderando los foros de discusión.</p> <p>En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas.</p>
Sesión magistral	<p>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.</p> <p>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).</p> <p>El profesorado participará moderando los foros de discusión.</p> <p>En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas.</p>
Resolución de problemas y/o ejercicios	<p>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.</p> <p>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).</p> <p>El profesorado participará moderando los foros de discusión.</p> <p>En la prueba de respuesta corta, se resolverán las posibles problemáticas surgidas.</p>

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 and second call

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, , 1993

Mathews, M. R. y Perera, M.H., Accounting Theory and Development, , 1991

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	Type	Year	Quadmester
	13	Mandatory	1	2c
Language				
Department				
Coordinator	Otero Neira, María del Carmen			
Lecturers	Otero Neira, María del Carmen			
E-mail	cachu@uvigo.es			
Web				
General description				

Competencias de titulación

Type A	Code	Competences Specific
	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.
	A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones

A17	Estudiar de un modo auto-dirigido o autónomo
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
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.
A21	C. ESPECÍFICA_ Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A22	C. ESPECÍFICA_ Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_ Elaborar memorias de sostenibilidad
A24	C. ESPECÍFICA_ Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
A25	C. ESPECÍFICA_ Valorar la pertinencia de la movilización de recursos y las posibilidades intermedias entre jerarquía y mercado (internalización vs. externalización).
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.
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.
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
A29	C. ESPECÍFICA_ Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoría social.

Type B Code Competences Transversal

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

Subject competences	Typology	Competences
---------------------	----------	-------------

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

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
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. El alumno expondrá y defenderá el Trabajo Fin de Máster (memoria prácticas o Monitor consulting Project) ante un tribunal.	80
Presentaciones/exposiciones		20

Other comments and second call

Fuentes de información

Recomendaciones