



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Marketing Responsable

|                       |                                                                                                    |        |       |              |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Marketing Responsable                                                                              |        |       |              |
| Código                | V03M134V01105                                                                                      |        |       |              |
| Titulación            | Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas e Responsabilidade Social Corporativa |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                      | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 4                                                                                                  | OB     | 1     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán                                                                                           |        |       |              |
| Departamento          | Organización de empresas e márketing                                                               |        |       |              |
| Coordinador/a         | Rodríguez Comesaña, Lorenzo                                                                        |        |       |              |
| Profesorado           | Lloveras Gutiérrez, Javier<br>Rodríguez Comesaña, Lorenzo                                          |        |       |              |
| Correo-e              | loroco@uvigo.es                                                                                    |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                    |        |       |              |
| Descrición xeral      |                                                                                                    |        |       |              |

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

|        |                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                              |
| A2     | Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo. |
| A4     | Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.                                              |
| B4     | Demostrar a habilidade de concibir, deseñar, implementar e adaptar un proceso substancial coa suficiente integridad intelectual                                                                                                              |
| B10    | Traballar en equipo.                                                                                                                                                                                                                         |
| B11    | Aplicar os coñecementos á resolución de problemas concretos.                                                                                                                                                                                 |
| B12    | Adaptarse a novas situacións                                                                                                                                                                                                                 |
| B13    | Estudar dun modo auto-dirixido ou autónomo                                                                                                                                                                                                   |
| C7     | Coñecer o concepto, evolución e importancia do Marketing Responsable na estratexia empresarial                                                                                                                                               |
| D1     | Difusión de resultados e conclusións dos estudos, a través de presentacións orais e escritas que aborden ideas relacionadas coa RSC na xestión integral da empresa                                                                           |
| D4     | Reflexión sobre responsabilidades sociais e éticas                                                                                                                                                                                           |

## Resultados previstos na materia

|                                                                                                                                                                   |                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia                                                                                                                                   | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| Demostrar coñecementos sobre o márketing responsable que acheguen unha base para ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas na xestión empresarial | A2<br>B10<br>B11<br>B13<br>C7         |

|                                                                                                                                    |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Ser capaz de integrar e aplicar coñecementos de márketing responsable                                                              | B4<br>B11<br>B12<br>D1<br>D4 |
| Saber extraer conclusións sobre a materia obxecto de estudo e comunicalas ante diferentes públicos de forma individual ou en grupo | A4<br>B10<br>B12             |

## Contidos

| Tema                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1. O marketing 3.0                       | 3.1 Por que o márketing 3.0? 1.2 A era da participación e o márketing de colaboración 1.3 O paradoxo da era da globalización e o márketing cultural 1.4 a era da sociedade creativa e o márketing espiritual 1.5 Márketing 3.0: de colaboración, cultural e espiritual |
| Tema 2. Futuro modelo para o marketing 3.0    | 2.1 O futuro do márketing: horizontal, non vertical. 2.2 O quenda da alma humana: o modelo 3i 2.3 Cambio ao márketing de valores 2.4 Márketing 3.0: O significado do márketing e o márketing do significado                                                            |
| Tema 3. Estratexias de marketing responsables | 3.1 Transmitir a misión aos consumidores 3.2 Transmitir os valores aos empregado 3.3 Transmitir os valores á canle de distribución 3.4 Transmitir a visión aos accionistas 3.5 Aplicación do márketing responsable                                                     |

## Planificación

|                 | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-----------------|---------------|--------------------|--------------|
| Debate          | 7.5           | 7.5                | 15           |
| Estudo de casos | 12.5          | 32.5               | 45           |
| Presentación    | 7.5           | 32.5               | 40           |

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

## Metodoloxía docente

|                 | Descrición                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debate          | Charla aberta entre un grupo de estudantes. Pode centrarse nun tema dos contidos da materia, na análise dun caso, no resultado dun proxecto, exercicio ou problema desenvolvido previamente nunha sesión maxistral...                         |
| Estudo de casos | Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución. |
| Presentación    | Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia ou dos resultados dun traballo, exercicio, proxecto... Pódese levar a cabo de maneira individual ou en grupo.                  |

## Atención personalizada

| Metodoloxías    | Descrición                                                                       |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| Presentación    | realizaranse as tutorizacións necesarias no despacho.                            |
| Estudo de casos | realizásen as tutorías necesarias para a resolución dos mesmos en horas de clase |

## Avaliación

|                 | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |                         |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|-------------------------|
| Debate          | a avaliación basearase na media da cualificación obtida polo grupo, baseada na valoración que realicen os seus compañeiros e a que realice o profesor despois do debate. Os integrantes do grupo recibirán a cualificación que obteña o membro do equipo que peor cualificación obtivese.                                              | 25            | A4                                    | B10<br>B11              |
| Estudo de casos | Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticarlo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.                                                                                          | 35            | A2                                    | B4<br>B10<br>B11        |
| Presentación    | Exposición por parte do alumnado ante o docente e/ou un grupo de estudantes dun tema sobre contidos da materia que o docente lle asignará. Será un traballo en grupo. Realizarase unha avaliación de cada un dos membros do grupo e posteriormente o grupo recibirá a nota que obteña o membro do grupo que obteña menor cualificación | 40            |                                       | B11 D1<br>B12 D4<br>B13 |

---

## **Outros comentarios sobre a Avaliación**

---

O MAiE segue un sistema de avaliación continua.

De maneira alternativa á avaliación continua, os estudantes poderán optar a ser avaliados con un exame final que evaluará tanto os coñecimentos teóricos como prácticos impartidos na materia, que tenrá lugar nas datas establecidas nas convocatorias oficiais e que suponrá o 100% da calificación.

As datas dos exames poderanse consultar no Calendario Docente do MAiE (Dispoñible en MooVi no Espazo Común e na web do MAiE: <http://maiersc.webs.uvigo.es/>).

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

---

---

## **Bibliografía. Fontes de información**

---

### **Bibliografía Básica**

---

### **Bibliografía Complementaria**

---

---

---

---

## **Recomendacións**

---

### **Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

---

A Responsabilidade Social na Empresa/V03M134V01101

RSC e Marketing/V03M134V01104

---

### **Materias que se recomenda ter cursado previamente**

---

Xestión Ética/V03M134V01102

---