Facultade de CC. Económicas e Empresariais

Presentación

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

En el curso 1991/92 se inicia la docencia de las licenciaturas de Ciencias Económicas y de Ciencias Empresariales en el edificio actual, registrándose dos procesos de reforma de sus planes de estudios en los años 1995 y 2002. A raiz 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. Clikcando en el siguiente icono puedes acceder a un plano del Campus con su ubicación precisa

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

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

Teléfono - 986812400 (Centralita/Conserjería)

986 812403 (Secretaría de Alumnos)

986 812402 (Secretaría do Decanato)

Fax- 986812401

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

sdfcee@uvigo.es (Secretaría do Decanato)

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

Infraestructuras y Servicios

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 corriente, 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 deAdaptación ao EEES	Carlos Mª Fernández-Jardón Fernández

(*)

(*)

Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas e Responsabilidade Social Corporativa

Materias

Curso 1

Código	Nome	Cuadrimestre	Cr.totais
V03M134V01101	A Responsabilidade Social na Empresa	1c	5
V03M134V01102	Xestión Ética	1c	5
V03M134V01103	Dirección Estratéxica	1c	5
V03M134V01104	RSC e Marketing	1c	3
V03M134V01105	Marketing Responsable	1c	4
V03M134V01106	Información e Comunicación da RSC	1c	3
V03M134V01107	Fundamentos de Responsabilidade Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)	1c	3
V03M134V01108	Implantación e Temas Avanzados de Responsabilidade Social Empresarial Interna	1c	3
V03M134V01201	Xestión da Calidade Total	2c	5
V03M134V01202	Sistemas Normalizados de Xestión de Calidade das Relacións Laborais e Medioambientais	2c	5
V03M134V01203	Inversión e Financiación Socialmente con Criterios de Sostibilidade	2c	3
V03M134V01204	Contabilidade Social	2c	3
V03M134V01206	Traballo Fin de Máster	2c	13

DATOS IDENTIFICATIVOS				
La Responsabilidad Social en la Empresa				
Materia	La Responsabilidad Social en la Empresa			
Código	V03M134V01101			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Profesorado	Dopico Parada, Ana Isabel Pita Castelo, Jose Rodríguez Daponte, María del Rocío			
Correo-e	rocio@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A18	C.ESPECÍFICA_Interpretar la nueva realidad social y su aplicación a las tareas de la dirección y organización de empresas, al análisis prospectivo de la competitividad y al impulso del desarrollo organizativo
A19	C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia
A21	C. ESPECÍFICA_Conocer los sistemas de gestión, normas, verificación y posibles certificaciones de la RSC
A23	C. ESPECÍFICA_Elaborar memorias de sostenibilidad
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)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

Tema
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas y/o ejercicios	20	40	60
Presentaciones/exposiciones	5	30	35
Sesión magistral	10	20	30

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	Descrición
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

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

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

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

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

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

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

RODRÍGUEZ DAPONTE, R. Y DOPICO PARADA, A.I. (2012): RSE y Stakeholders: La visión de las empresas de Galicia ante los

distintos grupos de interés. En Responsabilidad social empresarial. Miradas plurales, un interés singular. Ed. UNAULA.

http://comunicarseweb.com

http://rse.xunta.es/

http://www.corresponsables.com/

http://www.diarioresponsable.com/

http://www.expoknews.com/

www.clubsostenibilidad.org

www.csreurope.org

www.empresaresponsable.com

www.europapress.es/epsocial/rsc/

www.foretica.es

www.globalreporting.org

www.observatoriorsc.org

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión Ética				
Materia	Gestión Ética			
Código	V03M134V01102			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Rodríguez Domínguez, María del Mar			
Profesorado	Guisado Tato, Manuel Rodríguez Domínguez, María del Mar			
Correo-e	mrdguez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A19	C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia
A20	C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.
A22	C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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

Tema
ETICA Y VALORES EN LA EMPRESA
MISIÓN Y VISION EN LA EMPRESA
INTEGRACION DE ESTRATEGIA Y CULTURA EMPRESARIAL
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y VENTAJA COMPETITIVA

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	**Descrición**
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	

Probas	**Descrición**
Otras	
Estudio de casos/análisis de situaciones	

Evaluación

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

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

Fuentes de información
David, **administración estratégica**, pearson,
Porter, **estrategia competitiva**, piramide,
Navas y Guerras, **Direccion estrategica**, civitas,
LINDGREEN, KOTLER ET ALL, **A STAKEHOLDER APPROACH TO CSR**, GOWER,

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Dirección Estratégica				
Materia	Dirección Estratégica			
Código	V03M134V01103			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Vila Alonso, María Mercedes			
Profesorado	González Loureiro, Miguel Vila Alonso, María Mercedes			
Correo-e	mvila@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A19	C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia
A20	C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.
A22	C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Tema
El proceso estratégico
Estrategias con base en la industria
Estrategias para industrias con base tecnológica
Estrategias de cooperación
El proceso de i+d

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	**Descrición**
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
Probas	**Descrición**
Otras	
Estudio de casos/análisis de situaciones	

Evaluación

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

podrá exigir un examen

Fuentes de información

David, **administración estratégica**, pearson,
Porter, **estrategia competitiva**, piramide,
Navas y Guerras, **Direccion estrategica**, civitas,
Schilling, **Dirección Estratégica de la innovación tecnológica**, Mc Graw-Hill,
Olcese, **Manual de la empresa responsable y sostenible**, McGraw-Hill,
Moreno, Uriarte y Topa, **La responsabilidad social empresarial**, piramide,

Recomendaciones

Outros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
RSC y Marketing				
Materia	RSC y Marketing			
Código	V03M134V01104			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	López Miguens, María Jesús			
Profesorado	López Miguens, María Jesús			
Correo-e	chusl@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	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	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A15	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
A22	C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
A24	C. ESPECÍFICA_Conocer el concepto, evolución e importancia del Marketing Responsable en la estrategia empresarial
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B2	C. TRANSVERSAL_ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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
Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.	saber hacer	A11
Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo.	saber hacer	A12
Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.	saber hacer 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

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

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión magistral	5	5	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	2	4	6
Trabajos tutelados	10	36	46
Presentaciones/exposiciones	3	10	13

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

Metodologías

	Descrición
Sesión magistral	SESIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: Exposición por parte del docente de los contenidos sobre la asignatura objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el alumno. Se requiere la participación activa del alumnado. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las cuestiones y preguntas suscitadas a lo largo de las sesiones de aula.
Estudio de casos/análisis de situaciones	ESTUDIO DE CASOS, ANÁLISIS DE SITUACIONES. Análisis de un hecho, problema o suceso con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución.
Trabajos tutelados	TRABAJO TUTELADO. El estudiante, de manera individual o en grupo, elabora un documento sobre la temática de la materia o prepara seminarios, investigaciones, memorias, ensayos, resúmenes de lecturas, conferencias, etc. Actividad autónoma del alumnado que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción...

Presentaciones/exposiciones	PRESENTACION/ES. Exposición por parte del alumnado ante el docente y/o un grupo de estudiantes de los resultados de un caso, trabajo, ... de manera individual o en grupo.

Atención personalizada

Evaluación

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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.l (2008). El plan de marketing digital. Pearson-Prentice Hall. Madrid.

Cutropía, C. (2000). El plan de marketing: cómo elaborarlo con ayuda informática. 3ª ed. Esic. Madrid.

Kotler, P; Armstrong, G. (2012). Marketing. Pearson Educación. México.

Martin, D.; Schouten, J. (2012). Sustainable Marketing. Prentice Hall

Sainz de Vicuña-Ancín, J. M. (2010). El plan de Marketing en la práctica. 15ª ed. Esic. Madrid.

Velasquez, M. (2006). Ética en los negocioa. Pearson Educación. México.

Recomendaciones

Materias que continúan o temario

Información y Comunicación de la RSC/V03M134V01106

Materias que se recomenda ter cursado previamente

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

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Marketing Responsable				
Materia	Marketing Responsable			
Código	V03M134V01105			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	4	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	González Vázquez, Encarnación			
Profesorado	González Vázquez, Encarnación			
Correo-e	egzlez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A15	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
A19	C. ESPECÍFICA_Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia
A20	C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B2	C. TRANSVERSAL_ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B3	c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial	saber hacer	A1 A2 A3 A4
Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios		A6 A9 A10 A12
Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades		A13 A14 A15 A19
Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.		A20 B1 B2
Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.		B3 B4

Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo

Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Trabajar en equipo.

Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.

Identificar cuáles son los stakeholders y entender su importancia

Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.

Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.

Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.

Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados

Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Contenidos	
Tema	
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			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Debates	5	10	15
Estudio de casos/análisis de situaciones	15	30	45
Otros	5	15	20

Presentaciones/exposiciones	5	15	20

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	Descrición
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

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

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

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

Recomendaciones

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

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

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Gestión Ética/V03M134V01102

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Información y Comunicación de la RSC				
Materia	Información y Comunicación de la RSC			
Código	V03M134V01106			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	García Rodríguez, María José Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A8	C. GENERAL_Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual.
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A15	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
A22	C. ESPECÍFICA_Diseñar e implementar estrategias competitivas coherentes con el tamaño empresarial y el entorno, basándose en ventajas competitivas resultantes de la RSC
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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

Tema	
REPUTACIÓN EMPRESARIAL	1. Concepto de reputación empresarial. Su papel dentro de la responsabilidad social corporativa 2. Características de la reputación empresarial 3. Dimensiones de la reputación 4. Diferencias con la imagen corporativa y la identidad corporativa. 5. Ventajas competitivas de la reputación empresarial 6. Oportunidades y amenazas de la reputación 7. Cómo gerenciar la reputación 8. Cultura organizativa y reputación 9. Riesgo reputacional 10. La reputación empresarial en la red 11. Casos de reputación empresarial
COMUNICACIÓN EMPRESARIAL	1. Introducción: la comunicación 2. Marketing corporativo 3. Comunicación Integrada o corporativa. 4. La comunicación en la gestión de la RSC. 5. Comunicación de crisis

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Trabajos de aula	10	30	40
Sesión magistral	5	10	15
Presentaciones/exposiciones	5	15	20

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

Metodologías

	Descrición
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 desenvolver por el estudiante.
Presentaciones/exposiciones	El alumno presentará los resultados de su trabajo individual o en grupo. Valorándose tanto el contenido del mismo, como la presentación.

Atención personalizada

Evaluación

	Descrición	Cualificación
Trabajos de aula		45
Sesión magistral		10
Presentaciones/exposiciones		45

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)				
Materia	Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)			
Código	V03M134V01107			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Velando Rodríguez, María Elena			
Profesorado	Velando Rodríguez, María Elena			
Correo-e	velando@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_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
A20	C. ESPECÍFICA_Comprender las implicaciones del comportamiento ético en la estrategia empresarial y en los procesos de toma de decisiones, y su relación con la motivación, liderazgo y cultura empresarial.
A27	C. ESPECÍFICA_ Conocer y manejar la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de responsabilidad social corporativa.
A30	C. ESPECÍFICA_ Comprender y aplicar todos los aspectos relacionados con la auditoria social.
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B2	C. TRANSVERSAL_ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B3	c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Conocer la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de ética y responsabilidad social corporativa.	saber	A1 A2 A3 A4 A20 A27 A30
Aplicar la terminología y los procedimientos metodológicos propios de la gestión de recursos humanos aplicando criterios de ética y responsabilidad social corporativa.	saber hacer Saber estar /ser	A6 A7 A9 A10 A11 A15 A16 A20 A27 A30 B1 B2 B3 B4
Facilitar al alumno el desarrollo de sus habilidades interpersonales, de trabajo en equipo y de comunicación	saber hacer Saber estar /ser	A12 A13 A14 A17

Contenidos	
Tema	
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			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías	
	Descrición
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor/a de los contenidos sobre la materia objeto de estudo, 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, procedementos de transformación da información dispoñible 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 procedemientos alternativos de solución.

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

Raufflet, E.; Lozano, J.F.; Barrera, E. y Garcia, C., **Responsabilidad Social Empresarial**, Pearson,

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

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

Martin, D. y Garcia. E., **La Responsabilidad Social en la Gestión de Recursos Humanos**, CEDECYL,

Fuentes, F.; Núñez, J. y Veroz, R., **Alternativas de Cumplimiento de Responsabilidad Social en Gestión de Recursos Humanos**, Universia Business Review,

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

Recomendaciones

Materias que continúan o temario

Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna/V03M134V01108

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Gestión Ética/V03M134V01102

Materias que se recomenda ter cursado previamente

La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

DATOS IDENTIFICATIVOS

Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna

Materia	Implantación y Temas Avanzados de Responsabilidad Social Empresarial Interna			
Código	V03M134V01108			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Profesorado	Diéguez Castrillón, María Isabel			
Correo-e	idieguez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A8	C. GENERAL_Demostrar la habilidad de concebir, diseñar, implementar y adaptar un proceso sustancial con la suficiente integridad intelectual.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A11	C. GENERAL_Demostrar la capacidad de análisis crítico, reflexión, evaluación y síntesis de ideas nuevas y complejas.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A15	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B2	C. TRANSVERSAL_ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B3	c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*)	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

Tema	
(*)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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías

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

Atención personalizada

Evaluación

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

MERINO SEGOVIA A., **IGUALDAD DE GÉNERO, EMPRESA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL**, EDITORIAL BOMARZO,

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

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

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

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

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

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

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

http://www.observatoriocomunicacioninterna.es,

http://www.igualdadenlaempresa.es/,

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

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

Recomendaciones

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Fundamentos de Responsabilidad Social Empresarial Interna (Concepto + Elementos)/V03M134V01107
La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Gestión de la Calidad Total				
Materia	Gestión de la Calidad Total			
Código	V03M134V01201			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Ferro Soto, Carlos Antonio			
Profesorado	Ferro Soto, Carlos Antonio			
Correo-e	cferro@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A12	C. GENERAL_Organizar, planificar y desarrollar estrategias para llevar a cabo un trabajo
A13	C. GENERAL_Comunicar sus conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
A14	C. GENERAL_Trabajar en equipo.
A15	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos a la resolución de problemas concretos.
A16	C. GENERAL_Adaptarse a nuevas situaciones
A28	C. ESPECÍFICA_Conocer la evolución del concepto de calidad y de las formas de su gestión para una mejor comprensión del concepto de calidad total, y todas sus implicaciones estratégicas y sus relaciones con la actuación socialmente responsable de la empresa y la preservación del medio ambiente
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B2	C. TRANSVERSAL_ Manejo de técnicas y herramientas informáticas y de gestión para obtención de información, tratamiento y procesamiento de datos, y posterior utilización.
B3	c. TRANSVERSAL_Difusión y divulgación de ideas en contextos tanto académicos como no especializados

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

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

Tema	
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	**Descrición**
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.
Probas	**Descrición**

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

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

Tendrán que acudir al examen final:

-Los alumnos que participen en la evaluación continua y no alcancen el 50% de la calificación máxima.

en esta convocatoria se podrá exigir un examen

Fuentes de información

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

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

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

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

Recomendaciones

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Sistemas Normalizados de Gesión de Calidad de las Relaciones Laborales Medioambientales				
Materia	Sistemas Normalizados de Gesión de Calidad de las Relaciones Laborales Medioambientales			
Código	V03M134V01202			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	5	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fernández González, Arturo José			
Profesorado	Fernández González, Arturo José			
Correo-e	ajfdez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*)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	
Código	
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		
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
(*)	A1 A4 A6 A7 A8 A15 A26	B1 B2

Contenidos
Tema
(*)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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión magistral	25	25	50
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	5	10
Estudio de casos/análisis de situaciones	10	10	20
Informes/memorias de prácticas	0	45	45

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	**Descrición**
Sesión magistral	
Estudio de casos/análisis de situaciones	
Resolución de problemas y/o ejercicios	
Probas	**Descrición**
Informes/memorias de prácticas	

Evaluación

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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

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

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

SEOÁNEZ CALVO, M. y ANGULO AGUADO, I., **Manual de Gestión Medioambiental de la Empresa: Sistemas de Gestión Medioambiental, Auditorías Medioambientales, Evaluaciones de Impacto Ambiental.**, Díaz de Santos, Madrid,

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

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

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

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

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

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

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

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

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

www.aenor.es,

www.aec.es,

http://http://gio.uvigo.es/asignaturas/gestioncalidad,

www.iso.ch,

www.belt.es,

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

http://www.clubexcelencia.org/,

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

www.enac.es,

http://www.insht.es,

UNE (AENOR),

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

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

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

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

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

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

Recomendaciones

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Gestión de la Calidad Total/V03M134V01201

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Gestión de la Calidad Total/V03M134V01201

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Inversión y Fnanciación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad				
Materia	Inversión y Fnanciación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad			
Código	V03M134V01203			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Comesaña Benavides, Fernando			
Profesorado	Comesaña Benavides, Fernando González Loureiro, Miguel			
Correo-e	fercoben@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	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
Código

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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
Tema

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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudio de casos/análisis de situaciones	5	15	20
Resolución de problemas y/o ejercicios	5	20	25
Sesión magistral	10	20	30

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

Metodologías

	Descrición
Estudio de casos/análisis de situaciones	Se efectuarán diversas actividades dirigidas a afianzar los conocimientos adquiridos por el estudiantado en las clases teóricas a traves 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

Metodoloxías	**Descrición**
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

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

Beatriz Fernández Olit, **Cómo fomentar la inversión socialmente responsable en España**, Eurosif,

Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció. Comisión de Contabilidad de Gestión, **Manual de control de gestión : diseño e implementación de sistemas de control de gestión**, Barcelona,

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

Recomendaciones

Outros comentarios

Conocimientos básicos sobre Inversión y Financiación Empresarial

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Contabilidad Social				
Materia	Contabilidad Social			
Código	V03M134V01204			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	3	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Comesaña Benavides, Fernando			
Profesorado	Comesaña Benavides, Fernando			
Correo-e	fercoben@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación	
Código	
A1	C. BASICA _Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas en la administración y gestión empresarial
A2	C. BASICA _Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A3	C. BASICA _Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
A4	C. BASICA _Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
A5	C. GENERAL_Recuperar y analizar información pertinente y oportuna proveniente de fuentes diversas en condiciones óptimas de coste y tiempo.
A6	C. GENERAL_Interpretar y dominar destrezas asociados con ese campo..
A7	C. GENERAL_Demostrar un entendimiento sistemático del campo de estudio derivado del entendimiento e integración de distintos enfoques teóricos.
A9	C. GENERAL_Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
A10	C. GENERAL_Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
A29	C. ESPECÍFICA_Comprender los conocimientos pertinentes relacionados con gestión financiera socialmente
B1	C. TRANSVERSAL_Difusión de resultados y conclusiones de los estudios, a través de presentaciones orales y escritas que aborden ideas relacionadas con la RSC en la gestión integral de la empresa.
B4	C. TRANSVERSAL_Reflexión sobre responsabilidades sociales y éticas

Competencias de materia		
Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe
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
Tema
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
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

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

Metodologías

	Descrición
Sesión magistral	Exposición de las 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

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

Evaluación

	Descrición	Cualificación
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

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

Fuentes de información

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

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

Recomendaciones

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Inversión y Fnanciación Socialmente con Criterios de Sostenibilidad/V03M134V01203
La Responsabilidad Social en la Empresa/V03M134V01101

Outros comentarios

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

DATOS IDENTIFICATIVOS

Trabajo Fin de Máster

Materia	Trabajo Fin de Máster			
Código	V03M134V01206			
Titulación	Máster Universitario en Administración Integrada de Empresas y Responsabilidad Social Corporativa			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	13	OB	1	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Otero Neira, María del Carmen			
Profesorado	Otero Neira, María del Carmen			
Correo-e	cachu@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Contenidos

Tema	
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

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Presentaciones/exposiciones	5	20	25
Otros	25	275	300

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

Metodologías

	Descrición
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

Metodoloxías	Descrición
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

	Descrición	Cualificación
Presentaciones/exposiciones		20
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

Outros comentarios sobre a Avaliación

Fuentes de información

Recomendaciones