

GUÍA DOCENTE

MARKETING SOCIAL Y
RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA /
SOCIAL MARKETING AND
CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY

**Marketing Social Y Responsabilidad Social Corporativa / Social Marketing And
Corporate Social Responsibility**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 4; Semestre 8
Modalidad		Presencial y Virtual / Classroom and Virtual
Idioma		Español e Inglés / Spanish and English
Contenidos		• Marketing no empresarial • Marketing social • El mix del marketing social • El marco de la responsabilidad social corporativa • La empresa y la RSC • Ética y empresa. Los principios y valores democráticos en el marketing y la empresa. • El buen gobierno corporativo • Informes de sostenibilidad y ODS ---- • Non-business marketing • Social marketing • The social marketing mix • The framework of corporate social responsibility. • Business and CSR • Ethics and business. Democratic principles and values in marketing and business. • Good corporate governance • Sustainability reporting and Sustainable Development Goals (SDGs)
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC02 Comprender los condicionantes económicos que afectan al funcionamiento de las organizaciones empresariales del ámbito del marketing y la comunicación. / To understand the economic determinants that affect the operation of business organizations in the field of marketing and communication. CC04 Conocer técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto multicultural empresarial y de negocio especializados en marketing y comunicación. / To acquire knowledge of people management techniques, leadership, and negotiation in the multicultural business and corporate context specialized in marketing and communication.
	Habilidades y destrezas	HD04 Desarrollar estrategias de marketing y publicidad digitales coherentes con el posicionamiento de organizaciones del ámbito del Marketing y Comunicación. / Develop digital marketing and advertising strategies consistent with the positioning of marketing and communication organizations. HD08 Diseñar un plan de medios diferencial y adaptado a los objetivos publicitarios de una organización. Design a differential media plan tailored to the advertising objectives of an organization.
	Competencias	CP02 Desarrollar un plan de comunicación corporativa integral basado en los objetivos de una organización. Develop a comprehensive corporate communication plan based on the objectives of an organization CP03 Integrar las políticas de RSC de una compañía en su estrategia de marketing relacional bajo los principios y valores democráticos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

		Integrate a company's Corporate Social Responsibility (CSR) policies into its relational marketing strategy under the democratic principles and values of the Sustainable Development Goals. CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio del área del marketing y la comunicación con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions in the marketing and communication area with a perspective of global corporate strategy. CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes del marketing y la comunicación. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing marketing and communication contexts. CP14 Actuar en el área del marketing y la comunicación de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad / Act in the area of marketing and communication in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity.
--	--	---

Modalidad Presencial	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas / Participatory learning	28	
	Seminarios / Seminars	2	
	Clases prácticas / Practical lessons	28	
	Tutorías / Tutorials	12	
	Trabajo autónomo / Autonomous work	76	
	Prueba de evaluación final / Final evaluation test	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
	Resolución problemas / Problem resolution	10	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	70	120
Observaciones			
Modalidad Virtual	Actividades formativas	Horas totales	
	Clases Expositivas	13	
	Seminarios	2	
	Clases prácticas	13	
	Actividades Dirigidas Asíncronas	30	
	Tutorías	12	
	Trabajo autónomo	76	
	Prueba de evaluación final	4	
	Total	150	
	Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
	Evaluación final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
	Resolución problemas / Problem resolution	10	30
	Estudio casos - Proyectos / Case studies - projects	10	30
	Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
	Total	70	120
Observaciones			