

Marketing social y Responsabilidad Social y Corporativa / Social Marketing and Corporate Social Responsibility

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria / Compulsory subject	
Organización temporal	Curso 4; Semestre 8	
Modalidad	Virtual / Virtual	
Idioma	Español e Inglés / Spanish and English	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<p>CC02 Comprender los condicionantes económicos que afectan al funcionamiento de las organizaciones empresariales / To identify trends in the media sector for application in marketing and communication strategy.</p> <p>CC04 Conocer técnicas de gestión de personas, liderazgo y negociación en el contexto multicultural empresarial y de negocio / To acquire knowledge of people management techniques, leadership, and negotiation in the multicultural business and corporate context</p>
	Habilidades y destrezas	<p>HD04 Desarrollar estrategias de marketing y publicidad digitales coherentes con el posicionamiento de la organización. / Proficiently utilize the Microsoft Office suite at an advanced level for tasks related to business management</p> <p>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</p>
	Competencias	<p>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</p> <p>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.</p> <p>CP04 Tomar decisiones empresariales y de negocio con una perspectiva de estrategia corporativa global. / Make business decisions with a perspective of global corporate strategy</p> <p>CP10 Proyectar enfoques alternativos, buscar soluciones y generar valor en contextos complejos y cambiantes. / Project alternative approaches, seek solutions, and generate value in complex and changing contexts</p>

		CP14 Actuar de manera honesta, ética, sostenible, socialmente responsable y respetuosa con los derechos humanos y la diversidad, tanto en la práctica académica como en la profesional. / Act in an honest, ethical, sustainable, socially responsible, and respectful manner towards human rights and diversity, both in academic and professional practice
--	--	--

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	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120