

Asignatura

Nombre Asignatura	Gestión de la Reputación
Código	200000576
Créditos ECTS	2.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Máster Universitario en Dirección de Centros Educativos (Plan 2021)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	1

Datos Generales

➤ PROFESORADO

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Saber el concepto teórico de la reputación corporativa

Conocer y entender el concepto teórico de la transparencia y buen gobierno de las organizaciones

Saber cómo es el proceso de formación de la reputación

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Aprender a usar metodologías de gestión de la reputación

Utilizar métricas de la reputación

Saber realizar una jerarquización e identificación de stakeholders prioritarios

Elaborar de un plan estratégico reputacional

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Básicas y generales:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan 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

CB8 - 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

CB9 - 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

CB10 - 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.

CG1 - Desarrollar el potencial de liderazgo configurándose como una referencia atractiva para los demás, por visión interior, su capacidad de comunicarla y su prestigio y autoridad moral para mantenerla.

CG2 - Tomar decisiones en contextos complejos y en situaciones de dificultad, basadas en las necesidades de la comunidad educativa, la realidad del contexto y los objetivos de la institución, teniendo en cuenta los costes y beneficios relativos de las acciones posibles para elegir la más adecuada.

CG4 - Aplicar en la práctica los principios de organización y gestión educativa, planificación estratégica, asignación de recursos, modelos de relaciones humanas en el ámbito profesional, técnicas de liderazgo y la coordinación de personas y recursos

CG10 - Diseñar y desarrollar espacios de aprendizaje con especial atención a la equidad, la educación emocional y en valores, la igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, la formación ciudadana y el respeto de los derechos humanos.

Transversales:

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

Específicas:

CE2 - Aplicar los fundamentos legales y procedimientos para la contratación de personal, selección, formación, la negociación, los sistemas de información del personal y los protocolos de seguridad para la protección de las personas, los datos, la propiedad y las instituciones.

CE8 - Asesorar y evaluar las necesidades de los alumnos, sus familias y el personal del centro, así como su grado de satisfacción y gestionar desde la dirección situaciones de indisciplinas y problemas de convivencia.

CE10 - Diseñar el presupuesto de un centro educativo y controlar el gasto.

Introducción al concepto de la reputación corporativa
 Transparencia y buen gobierno: base de la gestión de la reputación
 Proceso de formación de reputación: Identidad, cultura y discurso
 Proceso de formación de reputación: Contexto y entorno social
 Stakeholders: Jerarquización de públicos y canales de contacto
 Herramientas para gestión reputacional. El plan de Reputación

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

Actividades formativas	Horas/ECTS	% Presencialidad
Clase magistral	3	0
Clase práctica	3	100
Trabajos	8	0
Tutorías	1	0
Estudio independiente del alumno	27	0
Pruebas de evaluación	1	100
Clases grabadas y píldoras formativas en campus virtual	0	0
SCORM	4	0
Resolución casos en campus virtual	2	0
Foro en campus virtual	1	0
Total	50	

➤ **CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN**

Criterios convocatoria ordinaria:
 asistencia y participación en la sesiones 20%
 evaluación trabajo final 60%
 reflexión en cuaderno de aprendizaje 20%

Convocatoria extraordinaria y extraordinaria de fin de carrera: Se solicitará de nuevo que se entregue un trabajo final y una nueva reflexión y en este caso el porcentaje del trabajo será del 80% y el de la reflexión del 20%.

Alumnos repetidores: Serán los mismos criterios que se han utilizado para la convocatoria ordinaria.

*NO PRESENTADO: la calificación de “no presentado” no consume convocatoria. En cualquier caso, cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación.

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos

Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Fombrun, Ch. J. (1996) Reputation. Realizing Value from the Corporate Image, Harvard Business School Press

Carreras, E. et al (2013) Reputación corporativa. Introducción en el carácter científico de la gestión de la reputación corporativa, LID Editorial

Carrió Sala, Marta (2013) Gestión de la reputación corporativa. Convierte lo que piensan y dicen de ti en un mejor activo, Libros de Cabecera

Hannington T. (2006) Cómo medir y gestionar la reputación de su empresa, Editorial Deusto

Villafañe, J. (2014) La recuperación de la confianza. Casos de estudio sobre la gestión de la reputación de las empresas españolas, Gedisa

Villafañe, J. (2004) La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas, Pirámide

Colectivo de autores (2011) Valores y ética para el siglo XXI, Fundación BBVA

García Marzá, D. (2004) Ética empresarial: Del diálogo a la confianza, Editorial Trotta

Jáuregui, Ramón (2007) La ética como instrumento de gestión empresarial, Fundación Carolina

Colectivos de autores (2021), Principios y estándares de transparencia para centros educativos, Fundación Compromiso y Transparencia - CECE Madrid.

Freeman, R. (1984) Strategic Management: A Stakeholder Analysis, Pittman

Álvarez Villanueva, Cristina (2012) Manual de valoración de activos intangibles, CAL. Cuadernos Artesanos de Latina

Salinas, Gabriela y Pérez Castro, Carlos (2008) Valoración y evaluación de marcas, Editorial Deusto

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Información disponible en el campus virtual del alumno.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha realizado de acuerdo a la Memoria Verificada de la titulación.