

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**

Begoña Ladrón de Guevara

➤ **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**

Conocimientos:

CN11 - Conocer los elementos claves que configuran la reputación de un centro educativo.

CN12 - Conocer el concepto de compliance y su importancia para la reputación del centro educativo.

Competencias:

C1 - Saber aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en

entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios relacionados con la dirección de un centro educativo.

C2 - Integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de información incompleta, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

C3 - 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.

C4 - 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, para mejorar la calidad del centro educativo.

C5 - 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.

C7 - 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.

C8 - Trabajar en equipo, fomentando el intercambio de ideas y buenas prácticas, compartiendo el conocimiento y generando nuevas metas y modelos de trabajo colaborativo que capaciten a la propia institución para dirigir el cambio.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

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%

La calificación final en la CONVOCATORIA ORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 20%

Elaboración de trabajos: 20%

Pruebas de evaluación: 60%

La calificación final en la CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA se obtendrá según los siguientes porcentajes:

Asistencia y participación 20%

Elaboración de trabajos: 20%

Pruebas de evaluación: 60%

Alumnos repetidores: se evaluarán siguiendo los siguientes porcentajes

Evaluación de trabajos:50%

Pruebas evaluación:50%

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.