

Registro de la Propuesta del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Victoria Eugenia Rodríguez Díaz

PROGRAMA:

E - 3

GRUPO:

C

FECHA: Noviembre 2020

Director Asignado: González Fabre, Raúl
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

LA GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE: EL CASO 'BARÇAGATE'

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:

Victoria E. R. D

Firma del Director:

Raúl González

Fecha: 10 de noviembre de 2020

ÍNDICE PROVISIONAL

<ul style="list-style-type: none">1. <u>Introducción</u><ul style="list-style-type: none">1.1) Justificación elección tema1.2) Objetivos del TFG1.3) Metodología empleada1.4) Estructura del TFG2. <u>Marco teórico</u><ul style="list-style-type: none">2.1) Evolución y concepto de reputación corporativa<ul style="list-style-type: none">2.1.1) El concepto de reputación online2.1.2) Las teorías de estudio sobre la reputación2.1.3) Las dimensiones de la reputación empresarial2.2) Evolución y concepto de crisis de reputación online<ul style="list-style-type: none">2.2.1) Los tipos de crisis de reputación online2.2.2) Las fases de las crisis de reputación online2.2.3) Los modelos y la gestión de crisis de la reputación online	<ul style="list-style-type: none">3. <u>Estudio del caso 'Barçagate'</u><ul style="list-style-type: none">3.1) Antecedentes e Historia de la empresa3.2) Reputación del F.C.Barcelona3.3) El escándalo Barçagate<ul style="list-style-type: none">3.3.1) Narrativa del caso: Hechos ocurridos3.3.2) Estudio del tipo y las fases de la crisis a lo largo del desarrollo del escándalo3.3.3) Gestión de la crisis de reputación por el club3.4) Análisis y discusión sobre la gestión e incidencia del escándalo4. <u>Conclusión</u>5. <u>Anexos</u>6. <u>Bibliografía</u>
---	---

OBJETIVOS TRABAJO FIN DE GRADO

El presente Trabajo de Fin de Grado pretende como objetivo principal realizar dentro de un marco teórico, un estudio general sobre el concepto de la reputación organizacional y en concreto el concepto de reputación online teniendo en cuenta la creciente importancia que ésta supone en la actualidad para las empresas, para llegar a aplicar y analizar esta recopilación teórica centrándome en la gestión de las crisis digitales de reputación a través del análisis de un caso concreto y real, acontecido recientemente en el seno de el F.C.Barcelona, el caso 'Barçagate'. Para alcanzar este objetivo principal plantearé una serie objetivos concretos:

- Establecer un marco teórico en torno al concepto de reputación corporativa, y más concretamente ahondar en el concepto de la reputación online.
- Realizar un análisis sobre las teorías de estudio sobre la reputación, así como las dimensiones que componen este concepto objeto de estudio.
- Introducirnos en el concepto de crisis de reputación digital, para llegar a realizar un estudio acerca de la gestión de estas crisis en el seno de las organizaciones.
- Llevar a cabo un estudio en profundidad sobre los principales aspectos del reciente caso 'Barçagate' para finalizar con un análisis y reflexión de cómo está gestionando la compañía esta crisis de reputación, hasta llegar a proponer una conclusión a la presente línea de investigación.

METODOLOGÍA TRABAJO FIN DE GRADO

Para la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado como trabajo de investigación académico y la consecución de los objetivos planteados, emplearé una metodología cualitativa mediante una revisión de la literatura, teniendo como punto de inicio las principales líneas de investigación que previamente se han llevado a cabo en torno a esta temática. En concreto a través de mi línea de Trabajo de Fin de Grado pretendo llevar a cabo el estudio del concepto de reputación corporativa online desde un marco teórico, para llegar a analizar el caso real sucedido concretamente en el marco de la empresa F.C.Barcelona, en relación con el caso planteado.

Es por ello, que mi Trabajo de Fin de Grado se va a establecer sobre las bases de un enfoque cualitativo, pues se va a componer fundamentalmente de datos obtenidos a partir de fuentes secundarias sobre las cuales llevaré a cabo una profunda revisión de: literatura académica, el estudio de otros casos organizacionales similares, la propia información publicada por el club, información recopilada de otras organizaciones, instituciones o asociaciones, así como artículos periodísticos e informes que se han publicado sobre este escándalo, sobre los que me basaré concretamente para construir el estudio del caso 'Barçagate'. De esta manera, recopilaré documentos sobre los que se fundamenten los objetivos de mi TFG, los cuales me permitirán construir el marco teórico planteado y el estudio del caso, recopilando así una serie de evidencias que me permitan evaluar los objetivos planteados en mi línea de investigación académica.

BIBLIOGRAFÍA

- López, A. (2013). Prólogo. In E. Carreras, Á. Alloza, & A. Carreras, Reputación Corporativa.
- Alcalá, M. A. (2018), «Reputación Corporativa. Fundamentos Conceptuales», VOL. V, No 9.
- Valenzuela Sanz, C., 2014. *EL ESTUDIO DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA A TRAVÉS DEL CASO BBVA*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, ICADE.
- Crilly, F., 2019. *Un Análisis Del Escándalo De Emisiones De Volkswagen*. Madrid: U.P.C, ICADE.
- Hernández, Jerusalem (2011). Reputación online: necesidad de marco conceptual y modelo de gestión.
- Aced, Cristina et al. (2010). Visibilidad. Cómo gestionar la reputación en Internet. Barcelona: G.2000.
- ACED, C., ARQUÉS, N., BENÍTEZ, M., LLODRÁ B., y SANAGUSTÍN, E. (2009). Visibilidad: cómo gestionar la reputación en Internet. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Cadena Ser, 2019. *REPORTE MONITOREO. Caso Barçagate*. Available at: <http://cadenaser00.epimg.net/descargables/2020/02/17/5587878f88a2ea54c36800b39c9d2a02.pdf?it=masinfo> [Accessed 7 November 2020].
- La Vanguardia, 2020. ¿Qué es el Barçagate?. Available at: <https://www.lavanguardia.com/deportes/20200706/482164827546/que-es-el-barçagate.html>