

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	43006
Nombre	Ética empresarial: comunicación y sociedad civil
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2136 - M.U. en Ética y Democracia 12-V.2	Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2136 - M.U. en Ética y Democracia 12-V.2	5 - Ética empresarial	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
DOMINGO MORATALLA, AGUSTIN	359 - Filosofía

RESUMEN

La asignatura “ética empresarial: comunicación y sociedad civil” pertenece al campo de estudio de la ética aplicada y se ocupa de la gestión y la comunicación de los activos intangibles que tienen que ver con los recursos morales de los que dispone cualquier organización para generar confianza, reputación y proyectos empresariales de largo plazo.

Los objetivos específicos son:

Conocer el potencial ético inherente a la sociedad civil y a sus organizaciones e instituciones.

Reconocer los valores morales en las empresas y organizaciones de la sociedad civil.

Saber gestionar los recursos morales como activos intangibles de las organizaciones, así como, reconocer el capital social y desarrollarlo.



Responsabilidad empresarial y organizacional y saber gestionar su comunicación adecuadamente desde el punto de vista económico, social y medioambiental.

Saber utilizar los instrumentos para la gestión

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

COMPETENCIAS

2136 - M.U. en Ética y Democracia 12-V.2

- Conocer y saber utilizar los modelos de racionalidad práctica y la argumentación moral y política.
- Conocer y aplicar los derechos fundamentales y de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos.
- Capacidad para reconocer y saber utilizar los instrumentos de comunicación necesarios para una gestión ética de las organizaciones y para proponer acciones comunicativas en el caso de la responsabilidad social corporativa (RSC): códigos éticos, auditorías éticas y comités de ética, aplicando especialmente la metodología de los stakeholders para la elaboración de Informes de RSC.
- Capacidad para el análisis de casos prácticos, mediante la resolución de casos, problemas o situaciones a través de los contenidos aprendidos en la teoría, con una especial incidencia en las organizaciones sanitarias.
- Conocer el estatuto, tareas y metodología de las éticas aplicadas, en especial, las distintas temáticas y metodologías de la ética empresarial y económica, entre las que se encuentran: ética del desarrollo humano, ética económica, ética de las profesiones y de las instituciones, la responsabilidad social de la empresa y de las organizaciones.
- Que los/las 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.
- Que los/las 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.



- Que los/las 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.
- Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- 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.
- Proyectar sobre problemas concretos sus conocimientos y saber resumir y extraer los argumentos y las conclusiones más relevantes para su resolución.
- Participar en debates y discusiones, dirigirlos y ser capaces de resumirlos y extraer de ellos las conclusiones más relevantes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Tras el proceso enseñanza-aprendizaje, el alumno será capaz de:

- Conocer el potencial ético inherente a la sociedad civil y a sus organizaciones e instituciones.
- Reconocer los valores morales en las empresas y organizaciones de la sociedad civil.
- gestionar los recursos morales como activos intangibles de las organizaciones, así como, reconocer el capital social y desarrollarlo.
- Saber utilizar los instrumentos para la gestión de la comunicación de la ética y de la responsabilidad social corporativa.
- Conocer y situar en el momento actual las diferentes propuestas existentes de RSE.
- Comprender la dimensión moral de la RSE para ser capaces de gestionar los recursos morales de la organización.
- Conocer e identificar los públicos y entornos de aplicación de la dirección de comunicación.
- Analizar situaciones de comunicación en crisis, comunicación de liderazgo, de relaciones institucionales y organización de eventos.
- Diseñar estrategias de comunicación con/para públicos internos (empleados/proveedores, etc.)

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La perspectiva ética: situación actual

**2. Sociedad civil y recursos morales****3. Ética de la comunicación****4. Ética empresarial****5. Ética y Responsabilidad Social de la empresa****6. La elaboración de Códigos éticos****7. La elaboración de Memorias de RSC****VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	26,00	100
Tutorías regladas	2,00	100
Seminarios	2,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	5,00	0
Elaboración de trabajos individuales	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	40,00	0
Resolución de casos prácticos	15,00	0
TOTAL	105,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

La metodología de enseñanza-aprendizaje habitual será la de seminario de trabajo, por lo cual es imprescindible que exista un estudio previo y autónomo por parte del alumnado y una discusión y participación en las sesiones de seminario que son obligatorias.



Por otra parte, se informará de los congresos y seminarios y otras actividades en que los alumnos pueden participar, obteniendo con ello créditos del Programa.

EVALUACIÓN

La evaluación tiene un carácter continuo, flexible y personalizado, de manera que cada alumno establecerá un plan de trabajo singularizado según el área del que provenga, los intereses que manifieste en la investigación y sus inquietudes profesionales. Los criterios de evaluación más comunes se establecen en torno a tres áreas:

- a.- Asistencia y participación significativa en clases y seminarios;
- b.- Capacidad de análisis crítico y claridad en las exposiciones;
- c.- Presentación de trabajos finales de las respectivas materias, siguiendo los criterios científicos internacionales.

REFERENCIAS

Básicas

- BROWN, M.T. (1992): La ética en la empresa, Barcelona, Paidós
- BÜSCHER, M., / GARCÍA-MARZÁ, D. / DE GEER, H. (eds.) (2005): Integrating the Ethical Perspective, Manchen und Mering, Rainer Hampp Verlag.
- CORTINA, A. (Dir.) (1997): La rentabilidad de la ética para la empresa, Madrid, Visor, Fundación Argentaria
- CORTINA, A. (2002): Por una ética del consumo, Madrid, Taurus
- CORTINA (Dir.) (2003), Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones, Madrid, Trotta.
- CORTINA, A. / CONILL, J. / DOMINGO, A. / GARCÍA - MARZÁ, D. (2005): Ética de la empresa. Hacia una nueva cultura empresarial, Madrid, Trotta.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): Ética empresarial: del diálogo a la confianza, Madrid. Trotta.
- GARCÍA-MARZÁ, D., E. GONZÁLEZ, F. NAVARRO Y C. BALLESTEROS (2003): La empresa socialmente responsable. Ética y Empresa, Madrid, Fundación Cideal.
- GARCÍA ECHEVARRIA, S. (1994b): Introducción a la economía de empresa, Madrid, Diaz de Santos
- GEORGE, R.T. (1999): Business Ethics, New Jersey, Prentice Hall
- HORTAL, A. / FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J.L. (1994): Ética de las profesiones, Madrid, UPCO
- LE MOUËL, J. (1992): Crítica de la eficacia. Ética, verdad y utopía de un mito contemporáneo, Barcelona, Paidós
- LOZANO, J.M. (1999): Ética y empresa, Madrid, Trotta
- LOZANO AGUILAR, J.F. (2004): Códigos éticos para el mundo empresarial, Madrid. Trotta



- MITZBERG, H. (1991): Mitzberg y la dirección, Madrid, Diaz de Santos
- - MORGAN, C. (1990): Imágenes de la organización, Madrid, Ra-ma
- NAVARRO, F. (2008): Responsabilidad social corporativa, Madrid, ESIC.
- SCHEIN, E.H. (1989): La cultura empresarial y el liderazgo, Plaza y Janés
- TULEJA, T. (1987): Más allá de la cuenta de resultados, Plaza y Janes
- VÁZQUEZ, FERNANDEZ, F. (1991): Ética y deontología de la información, Madrid, Paraninfo
- VILLAFAÑE, J. (2003): La buena reputación, Madrid, Pirámide.
- WEIS, J. (2000): Business Ethics. A Managerial Stakeholder Approach, California: Wadsworth Publishing Company

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

El carácter semipresencial del Máster garantiza la docencia a lo largo de todo el curso, sea de manera presencial o telemáticamente. Todos los créditos tendrán siempre la posibilidad de realizarse de manera virtual, asegurando así la continuidad y calidad de la docencia, sean cuales fueran las situaciones sanitarias y sociales en las que nos encontramos.

Al principio de curso cada profesor proporcionará una guía actualizada con los cambios que la situación requiera.

Esta asignatura se imparte en la UJI de Castellón por el profesor Patrici Calvo.