

**COURSE DATA****Data Subject**

|                      |                                                  |
|----------------------|--------------------------------------------------|
| <b>Code</b>          | 43006                                            |
| <b>Name</b>          | Business ethics: communication and civil society |
| <b>Cycle</b>         | Master's degree                                  |
| <b>ECTS Credits</b>  | 5.0                                              |
| <b>Academic year</b> | 2022 - 2023                                      |

**Study (s)**

| <b>Degree</b>                            | <b>Center</b>                                  | <b>Acad. year</b> | <b>Period</b> |
|------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------|---------------|
| 2136 - M.U. en Ética y Democracia 12-V.2 | Faculty of Philosophy and Educational Sciences | 1                 | First term    |

**Subject-matter**

| <b>Degree</b>                            | <b>Subject-matter</b> | <b>Character</b> |
|------------------------------------------|-----------------------|------------------|
| 2136 - M.U. en Ética y Democracia 12-V.2 | 5 - Business ethics   | Optional         |

**Coordination**

| <b>Name</b>                | <b>Department</b> |
|----------------------------|-------------------|
| DOMINGO MORATALLA, AGUSTIN | 359 - Philosophy  |

**SUMMARY****English version is not available**

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 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

## PREVIOUS KNOWLEDGE

### Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

### Other requirements

## OUTCOMES

### 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.
- Students should apply acquired knowledge to solve problems in unfamiliar contexts within their field of study, including multidisciplinary scenarios.
- Students should be able to integrate knowledge and address the complexity of making informed judgments based on incomplete or limited information, including reflections on the social and ethical responsibilities associated with the application of their knowledge and judgments.



- Students should communicate conclusions and underlying knowledge clearly and unambiguously to both specialized and non-specialized audiences.
- Students should demonstrate self-directed learning skills for continued academic growth.
- Students should possess and understand foundational knowledge that enables original thinking and research in the field.
- 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.

**LEARNING OUTCOMES****English version is not available****WORKLOAD**

| ACTIVITY                                     | Hours         | % To be attended |
|----------------------------------------------|---------------|------------------|
| Theory classes                               | 26,00         | 100              |
| Tutorials                                    | 2,00          | 100              |
| Seminars                                     | 2,00          | 100              |
| Attendance at events and external activities | 5,00          | 0                |
| Development of individual work               | 15,00         | 0                |
| Study and independent work                   | 40,00         | 0                |
| Resolution of case studies                   | 15,00         | 0                |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>105,00</b> |                  |

**TEACHING METHODOLOGY****English version is not available****EVALUATION****English version is not available**



## REFERENCES

### Basic

- BROWN, M.T. (1992): La ética en la empresa, Barcelona, Paidós
- BÜSCHER, M., / GARCÍA-MARZÁ, D. / DE GEER, H. (eds.) (2005): Integrating the Ethical Perspectiva, 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 MOUEL, 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
- VILLAFANE, J. (2003): La buena reputación, Madrid, Pirámide.
- WEIS, J. (2000): Business Ethics. A Managerial Stakeholder Approach, California: Wadsworth Publishing Company