

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

|                      |                                                 |
|----------------------|-------------------------------------------------|
| <b>Codi</b>          | 43006                                           |
| <b>Nom</b>           | Ètica empresarial: comunicació i societat civil |
| <b>Cicle</b>         | Màster                                          |
| <b>Crèdits ECTS</b>  | 5.0                                             |
| <b>Curs acadèmic</b> | 2022 - 2023                                     |

**Titulació/titulacions**

| <b>Titulació</b>                         | <b>Centre</b>                                  | <b>Curs</b> | <b>Període</b>      |
|------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------|---------------------|
| 2136 - M.U. en Ètica i Democràcia 12-V.2 | Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació | 1           | Primer quadrimestre |

**Matèries**

| <b>Titulació</b>                         | <b>Matèria</b>        | <b>Caràcter</b> |
|------------------------------------------|-----------------------|-----------------|
| 2136 - M.U. en Ètica i Democràcia 12-V.2 | 5 - Ètica empresarial | Optativa        |

**Coordinació**

| <b>Nom</b>                 | <b>Departament</b> |
|----------------------------|--------------------|
| DOMINGO MORATALLA, AGUSTIN | 359 - Filosofia    |

**RESUM**

L'assignatura "ètica empresarial: comunicació i societat civil" pertany Alcampo d'estudi de l'ètica aplicada i s'ocupa de la gestió i la comunicació dels actius intangibles que tenen a veure els recursos morals de què disposa qualsevol organització per generar confiança, reputació i projectes empresarials de llarg termini.

Els objectius específics són:

Conèixer el potencial ètic inherent a la societat civil i les seves organitzacions i institucions.

Reconèixer els valors morals en les empreses i organitzacions de la societat civil.

Saber gestionar els recursos morals com actius intangibles de les organitzacions, així com, reconèixer el capital social i desenvolupar-lo.

Responsabilitat empresarial i organitzacional i saber gestionar la seva comunicació adequadament des del punt de vista econòmic, social i mediambiental.



## **CONEIXEMENTS PREVIS**

### **Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### **Altres tipus de requisits**

## **COMPETÈNCIES**

### **2136 - M.U. en Ètica i Democràcia 12-V.2**

- Conèixer i saber utilitzar els models de racionalitat pràctica i l'argumentació moral i política.
- Conèixer i aplicar els drets fonamentals i d'igualtat d'oportunitats entre homes i dones, els principis d'igualtat d'oportunitats i accessibilitat universal de les persones amb discapacitat i els valors propis d'una cultura de la pau i de valors democràtics.
- Capacitat per reconèixer i saber utilitzar els instruments de comunicació necessaris per a una gestió ètica de les organitzacions i per proposar accions comunicatives en el cas de la responsabilitat social corporativa (RSC): codis ètics, auditories ètiques i comitès d'ètica, aplicant especialment la metodologia dels stakeholders per a l'elaboració d'informes de RSC.
- Capacitat per a l'anàlisi de casos pràctics, mitjançant la resolució de casos, problemes o situacions a través dels continguts apresos en la teoria, amb una incidència especial en les organitzacions s a n i t à r i e s .
- Conèixer l'estatut, les tasques i les metodologia de les ètiques aplicades, en especial les distintes temàtiques i metodologies de l'ètica empresarial i econòmica, entre les quals hi ha: ètica del desenvolupament humà, ètica econòmica, ètica de les professions i de les institucions, la responsabilitat social de l'empresa i de les organitzacions.
- Que els estudiants sàpiguem aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Que els estudiants sàpiguem comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.
- Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.



- Projectar sobre problemes concrets els seus coneixements i saber resumir i extractar els arguments i les conclusions més rellevants per a la seva resolució.
- Participar en debats i discussions, dirigir-los i ser capaços de resumir-los i extraure d'ells les conclusions més rellevants.

## **RESULTATS DE L'APRENTATGE**

Després del procés ensenyament-aprenentatge, l'alumne serà capaç de:

- Conèixer el potencial ètic inherent a la societat civil i les seves organitzacions i institucions.
- Reconèixer els valors morals en les empreses i organitzacions de la societat civil.
- gestionar els recursos morals com actius intangibles de les organitzacions, així com, reconèixer el capital social i desenvolupar-lo.
- Saber utilitzar els instruments per a la gestió de la comunicació de l'ètica i de la responsabilitat social corporativa.
- Conèixer i situar en el moment actual les diferents propostes existents de RSE.
- Comprendre la dimensió moral de l'RSE per ser capaços de gestionar els recursos morals de l'organització.
- Conèixer i identificar els públics i entorns d'aplicació de la direcció de comunicació.
- Analitzar situacions de comunicació en crisi, comunicació de lideratge, de relacions institucionals i organització d'esdeveniments.
- Dissenyar estratègies de comunicació amb / per a públics interns (empleats / proveïdors, etc.)

## **DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS**

### **1. La perspectiva ètica: situació actual**

### **2. Societat civil i recursos morals**

### **3. Ètica de la comunicació**

### **4. Ètica empresarial**

### **5. Ètica i Responsabilitat Social de l'empresa**

**6. L'elaboració de codis ètics****7. L'elaboració de Memòries de RSC****VOLUM DE TREBALL**

| ACTIVITAT                                         | Hores         | % Presencial |
|---------------------------------------------------|---------------|--------------|
| Classes de teoria                                 | 26,00         | 100          |
| Tutories reglades                                 | 2,00          | 100          |
| Seminaris                                         | 2,00          | 100          |
| Assistència a esdeveniments i activitats externes | 5,00          | 0            |
| Elaboració de treballs individuals                | 15,00         | 0            |
| Estudi i treball autònom                          | 40,00         | 0            |
| Resolució de casos pràctics                       | 15,00         | 0            |
| <b>TOTAL</b>                                      | <b>105,00</b> |              |

**METODOLOGIA DOCENT**

La metodologia d'ensenyament-aprenentatge habitual serà la de seminari de treball, per la qual cosa és imprescindible que hi hagi un estudi previ i autònom per part de l'alumnat i una discussió i participació en les sessions de seminari que són obligatòries.

D'altra banda, s'informarà dels congressos i seminaris i altres activitats en què els alumnes poden participar, obtenint amb això crèdits del Programa.

**AVALUACIÓ**

L'avaluació té un caràcter continu, flexible i personalitzat, de manera que cada alumne establirà un pla de treball singularitzat segons l'àrea del qual provingui, els interessos que manifesti en la investigació i les seves inquietuds professionals. Els criteris d'avaluació més comuns s'estableixen entorn de tres àrees:

- a. - Assistència i participació significativa en classes i seminaris;
- b. - Capacitat d'anàlisi crítica i claredat en les exposicions;
- c. - Presentació de treballs finals de les respectives matèries, seguint els criteris científics internacionals.



## REFERÈNCIES

### Bàsiques

- 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 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