

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

Código	43007
Nombre	RSE en perspectiva ética
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2021 - 2022

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

Esta asignatura se sitúa dentro de la reflexión de una ética empresarial de corte integrativo, por lo que el tratamiento crítico de la responsabilidad social de las organizaciones se convierte en uno de sus ejes fundamentales.- Nacimiento y evolución del movimiento de la RSE (EE.UU., Europa y España)- Argumentos alrededor del movimiento de la RSE- Elementos constitutivos, estructura y funcionamiento de la responsabilidad- Ámbitos de la responsabilidad empresarial- Responsabilidad moral empresarial versus responsabilidad social empresarial- La gestión de la RSE en sentido ético: la teoría de los stakeholders- Responsabilidad y rendición de cuentas: los informes de RSE.

Objetivos Los objetivos de la asignatura son los siguientes.

- 1) Conocer y situar en el momento actual las diferentes propuestas existentes de RSE.
- 2) Comprender la dimensión moral de la RSE para ser capaces de gestionar los recursos morales de la organización.



3) Reconocer los diferentes sistemas de gestión e información de la RSE actuales proponiendo una revisión de los mismos, a través de la teoría de los stakeholders y la ética empresarial, que permita una gestión de la responsabilidad moral de la empresa.

4) Ser capaces de analizar y tomar decisiones en casos concretos contemplando la amplitud del concepto de responsabilidad y su dimensión moral.

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



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

- - ARANGUREN, J.L.L. (1997): *Ética*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- BOWEN, H.R. (1953). *Social responsibilities of the Businessman*, New York: Harper&Row.
- CARROLL, A.B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *Academy of Management Review*, vol.4, nº 4, pp. 497-505.
- COM (2001) 366 final. Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001
- CORTINA, A. (1997). Presupuestos éticos del quehacer empresarial en A. Cortina (dir.), *Rentabilidad de la ética para la empresa*, Madrid, Visor, pp.13-36.
- CORTINA, A. (1997). *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid: Alianza
- CORTINA, A. (2005): *Ética de la empresa: no sólo responsabilidad social* en J. Conill (dir.) XIV Seminario Permanente de Ética Económica y Empresarial (2004-2005). *Ética de la empresa: hacia un nuevo orden global*, Valencia: Fundación ÉTNOR, pp.7-18
- CORTINA, A., J. CONILL, A. DOMINGO y D. GARCÍA-MARZÁ (2005). *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*, Madrid, Trotta.
- DAVIS, K. (1977). Five propositions for social responsibility in A.B. Carroll (ed.), *Managing corporate social responsibility*, Boston/Toronto, Little, Brown and Company, pp. 46-51.
- FREEMAN, R.E., (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Toronto: Pitman
- - FREEMAN, R.E. y S.R. VELAMURI (2006), *A New Approach to CSR: Company Stakeholder Responsibility* in Kakabadse, A. y M. Morsing (eds.), *Corporate Social Responsibility. Reconciling Aspiration with Application*, New York, Palgrave Macmillan, pp.9-23.
- FRIEDMAN, M. (1979). The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits in T.L. Beauchamp y N.E. Bowie (eds.), *Ethical Theory and Business*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, pp. 55-60 [original New York Times Magazine, 13 de Septiembre, 1970]
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): *Ética empresarial: Del diálogo a la confianza*, Madrid, Trotta.
- GARCÍA-MARZÁ, D. (2005). *Diálogo y responsabilidad: Bases éticas de la confianza en la empresa*, ICADE. *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, nº 64, enero-mayo, pp. 91-108
- GONZÁLEZ ESTEBAN, E. y D. GARCÍA-MARZÁ (2006). La responsabilidad social empresarial (RSE) en Europa: la apuesta por un Nuevo modelo de empresa. Una revisión crítica desde la ética empresarial en *RECERCA. Revista de Pensament i Anàlisi*, nº 4, 2006, pp.157-171.
- GONZÁLEZ, E. (2003). La gestión de la responsabilidad basada en el enfoque de los Stakeholders en G. Schar (coord.). *La empresa socialmente responsable. Ética y Empresa*, Madrid: Fundación Cideal, pp. 55-88
- HABERMAS, J. (2000). *Aclaraciones a la Ética del discurso*, Madrid: Trotta
- - KANG, Y-C. y D.J. WOOD (1995). Before profit social responsibility: Turning the economic paradigm upside down in D. Collins y D. Nigh, *Proceedings of the Annual Meeting of the International Association for Business and Society*, Vienna., Austria, pp.408-418.
- KETTNER, M. (1999): *Ética del discurso y responsabilidad por las generaciones futuras* en *Anthropos Huellas del conocimiento*. nº. 183, Karl-Otto Apel. Una ética del discurso o dialógica, pp.82-86.
- LOZANO, J.M. (1999). *Ética y empresa*, Madrid : Trotta.



- LOZANO AGUILAR, J.F. (2004). Códigos éticos para el mundo empresarial, Madrid: Trotta.
- MITCHELL, R.K.; AGLE, B.R.; WOOD, D.J. (1997). Toward a Theory of Stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts, *Academy of Management Review*, vol.22, nº. 4, pp. 853-886
- ORTEGA Y GASSET, J. (1998): ¿Qué es filosofía?, Madrid, Alianza Editorial, Revista de Occidente, Primera edición, Revista de Occidente, Madrid.
- WOOD, D.J. (1991). "Corporate Social Performance Revisited", *Academy of Management Review*, vol.16, nº 4, pp. 691-718.
- ZUBIRI, X. (1986): Sobre el hombre, Madrid, Alianza.

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 la profesora Elsa González Esteban.