Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Master Universitario en Dirección de Empresas. MBA Executive
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias Jurídicas y Empresariales
Asignatura:	Ética Empresarial y Responsabilidad Social Corporativa
Tipo:	Obligatoria
Créditos ECTS:	4
Curso:	1
Código:	8039
Periodo docente:	Primer semestre
Materia:	Área de Ética Empresarial y Responsabilidad Social (Business Ethics)
Módulo:	Materias Comunes
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	100

Equipo Docente	Correo Electrónico
José Luis Parada Rodríguez	j.parada@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura se estructura comenzando por una introducción en la que se exponen y utilizan los conceptos que nos facilitan un lenguaje común sobre la Ética en general ; una primera parte en la que se aplican estos conceptos al mundo de la empresa, concretándolos en el ámbito propio de estudio de un MBA, - donde se incide en la responsabilidad social corporativa y en los códigos éticos y deontológicos, como instrumentos especialmente relevantes- y el alumno descubre qué es lo que la Ética puede aportar a la empresa.

OBJETIVO

Formar alumnos que comprendan la empresa en relación con el entorno social del que forma parte y que adquieran una mirada global e interdisciplinar que les permita descubrir cómo detrás de todo modelo social, económico y empresarial laten cuestiones epistemológicas, éticas, antropológicas y de sentido.

La asignatura de Ética Empresarial persigue el objetivo de que los alumnos conozcan y reflexionen sobre la dimensión social de la persona, sobre el sentido y el significado de la sociedad, sobre la realidad de la sociedad actual, y sobre la relevancia del trabajo y de la empresa como elemento/actor que estructura en parte la sociedad global. Básicamente, este análisis se realiza desde la perspectiva de la dimensión moral de la realidad social y profesional.

La Ética Social y Económica (donde se engloba la Ética Empresarial) pretende ayudar al alumno a distinguir entre las preguntas técnicas (cómo) y las humanísticas (qué, para qué, por qué); cómo las primeras sin las últimas carecen de sentido y las últimas sin las primeras resultan irrealizables; y cómo son las últimas las que nos empujan a formularnos las primeras y cómo las primeras nos ayudan a patentizar las respuestas de las últimas. En la Universidad Francisco de Vitoria comprendemos que junto a la formación técnica (que nunca es sólo técnica), conviene articular asignaturas que reflexionen sobre el concepto, pensamiento y discurso de la empresa, el escenario donde se establece sus relaciones y la naturaleza de otros agentes que vertebran la sociedad.

Por ello, en el Máster Universitario en Dirección de Empresas. MBA, y en concreto en esta asignatura, se apuesta por descubrir el sentido profundo de la función social de la empresa, la cual no debe circunscribirse a concepciones reduccionistas y unidimensionales, que reduzcan la actividad empresarial a una especie de tablero de ajedrez donde se enfrentes lógicas economicistas. El mercado ha maximizado esta concepción y observa la actividad económica exclusivamente desde su valor de cambio.

Los fines específicos de la asignatura son:

Reflexionar sobre el concepto de la empresa y su relación con otros actores sociales.

Comprender la relación del profesional de la empresa con su contexto cultural.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se considerará el bagaje empresarial, filosófico y cultural del alumnado indicando, si fuese necesario, algún material extra que acompañe los primeros pasos de la asignatura.

CONTENIDOS

PRIMERA PARTE.
ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA DEMANDA SOCIAL.
A)Percepción de los alumnos sobre la ética empresarial.
B)Comportamiento empresarial, percepción ciudadana,
imaginería social y diálogo entre las partes.

SEGUNDA PARTE.
UNA APROXIMACIÓN HERMENÉUTICA A LA EMPRESA.
A)Naturaleza de la empresa.
B)Contexto económico-jurídico-social de la empresa.
C)Trasfondo antropológico de la empresa.
Detrás de todo modelo social late un modelo antropológico.
D)La empresa, el personalismo y el principio del Bien Común.

TERCERA PARTE.
DESARROLLO DEL CONCEPTO RSC.
A)Evolución de la percepción social sobre la empresa.
B)Enron y ética social: un problema de credibilidad y de ética.
C)¿Qué “debe” la empresa? Responsabilidad
y cambio de paradigma empresarial: de Friedman a Freeman.
D)RSE, derecho y ética.
E)Profundizando en el sentido del término “responsabilidad”.
F)De la responsabilidad empresarial a la corresponsabilidad social.

Excursus: un relato moral pendiente.

CONCLUSIÓN.
¿CUÁL ES EL RELATO MORAL QUE NECESITA LA RS?

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Esta asignatura combinará:
a) En el aula:
- Lecciones magistrales, las cuales servirán como vehículo de transmisión de conocimientos y motivo para la discusión de ideas con los alumnos.
- Grupos de discusión, en los que los alumnos se acostumbren a la reflexión conjunta, al debate reglado y a la redacción de conclusiones.
b) Trabajo autónomo del alumno:
- Análisis y crítica de textos, que busca desarrollar las competencias de pensamiento crítico y redacción. Su evaluación tendrá lugar a través de un Cuestionario.
- Realización de mapas conceptuales, con el objetivo de desarrollar competencias de síntesis y presentación espacial de ideas.
- Participación en el Aula Virtual, como modo de generar contenidos y reconocer y valorar las ideas de otros.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
28 horas	72 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Poseer las habilidades de aprendizaje que 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.

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 estudios.

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.

Saber comunicar conclusiones -y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Competencias generales

Obtener conocimientos avanzados, capacidades y habilidades específicas de organización y dirección de empresas, de evaluación de alternativas de acción para el ejercicio al más alto nivel de la dirección de empresas privadas.

Adquirir criterio y capacidad de evaluación sobre el desarrollo de negocio y su seguimiento, para el análisis y toma de decisiones.

Adquirir una visión estratégica de la empresa que integre sus diferentes ámbitos funcionales hacia el logro de los objetivos de negocio, en forma eficaz y eficiente y considerando la misión, valores y cultura de la organización.

Competencias específicas

Diferenciar entre los diferentes conceptos relacionados con la Ética empresarial y comprender sus interrelaciones.

Entender el concepto de empresa como espacio ético y aprender a construirlo.

Adquirir conocimientos para elaborar un plan de acción social empresarial.

Ser capaz de integrar la responsabilidad social en la estrategia de la compañía.

Identificar los elementos necesarios para el análisis de la identidad y de la cultura corporativa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Deduce la relación entre las acciones humanas y los modelos de pensamiento que las mueven.

Discrimina entre unos modelos éticos y otros.

Evalúa las consecuencias de las acciones derivadas de unos u otros modelos sociales, antropológicos y éticos.

Distingue modelos de paradigma empresarial y su evolución.

Razona sobre la necesidad de considerar aspectos éticos en la gestión empresarial.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Primera parte: cuatro tareas a desarrollar por el alumno (80% Nota Final).

- dos mapas conceptuales
- dos foros de debate

Segunda parte: Multiple choice (20% Nota Final).

Cuando se suspenda alguna asignatura, en convocatoria ordinaria, se tendrá derecho a la convocatoria extraordinaria. El alumno debe repetir las actividades del sistema de evolución ordinario a efectos de demostrar el total de conocimientos y competencias valorarles en cada asignatura.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

APUNTES DE LA ASIGNATURA (a disposición en el Aula Virtual).

Artículo: "Investigar para un mundo sostenible", de José Luis Fernández, ICADE, Madrid, 2012.

Documental: "Inside Job", de Charles Ferguson.

Documental: "The smartest guys in the room. El caso ENRON", de Alex Gibney.

Complementaria

FREEMAN, R.E; A Stakeholder Theory of the Modern Corporation. en BEAUCHAMP, T.L. and BOWIE, N.E. eds, Ethical Theory and Business, 6th edn. Prentice-Hall, 2001. 56.

FRIEDMAN, M.; The Social Responsability of Business is to Increase its Profit, The New York Times Magazine, September 13, 1970.

ZAMAGNI, S.; Por una economía del bien común, Ed. Ciudad Nueva, Madrid, 2013.