



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Bogotá

ÉTICA DE LOS NEGOCIOS

Departamento de Filosofía

Nivel de formación: Pregrado

Información general de la asignatura

Descripción

La intencionalidad del curso será problematizar la relación entre ética y mundo social-organizacional-ambiental desde una perspectiva transdisciplinaria. Antes que identificarse con una corriente de pensamiento ético particular, el curso ofrecerá un acercamiento a los problemas que dan vida al debate ético contemporáneo, -a manera de provocación-, así mismo, se espera que a través del curso, el estudiante construya su posición ética, a partir de la problematización de su área de trabajo y de la formulación de preguntas, que interroguen su realidad de manera compleja, reconociéndose como sujetos sometidos a tensiones valorativas extremas, en las que se juegan los significados de lo diferente, y las prácticas que hacemos posibles para los otros. Finalmente, y a la luz de la ética, el curso hace una aproximación crítica a la responsabilidad social empresarial como una apuesta por construir una sociedad más justa, empresas más humanas y sostenibles.

Condiciones

Sin condiciones

Créditos y dedicación horaria

Número de créditos: 2

Número de horas de estudio por semana: 2

Sílabo de la asignatura

Objetivo de formación de la asignatura

- Fomentar una conciencia clara en los estudiantes sobre los conceptos y doctrinas éticas relacionadas con la ética de los negocios, permitiéndoles asimilar estos planteamientos de manera práctica y proporcionándoles criterios para orientar su futura práctica profesional.
- Facilitar una comprensión adecuada de los temas y argumentos que respaldan los enfoques actuales de la ética de los negocios.
- Desarrollar la capacidad de evaluar la pertinencia ética de los principales elementos que conforman una empresa.
- Formar la relevancia del estudio ético de los negocios y las organizaciones en el contexto cultural colombiano desde la perspectiva de sus respectivas profesiones.

Resultado de aprendizaje esperado (RAE)

- Identificar las diferentes posturas normativas y descriptivas de la ética para su interiorización a nivel profesional y nivel personal.
- Analizar los problemas de la globalización a la luz de la ética en los negocios.
- Analizar la ética en los negocios desde unidades empresariales clave a partir del enfoque de stakeholders.
- Desarrollar una postura reflexiva y crítica sobre la importancia de la sostenibilidad y su fundamentación en la ética.

Contenidos temáticos

****Primera Unidad: Elementos Teóricos de la Ética****

- Problema: ¿Cuáles son los aspectos que se abordan en el estudio de la ética?
 1. Origen, naturaleza y problemas de la ética.
 2. Perspectivas subjetivas y objetivas de la ética y la moralidad.
 3. El sentido de la ética profesional.
 4. Aspecto de la ética aplicada: la ética de los negocios.

****Segunda Unidad: Perspectivas Históricas de la Ética****

- Problema: ¿Cuáles son los supuestos históricos de las posiciones éticas actuales?
 1. La ética de la virtud.

2. La ética del deber-ser.
3. El utilitarismo.
4. La teoría de los sentimientos morales.

****Tercera Unidad: Ética Empresarial y Responsabilidad Social****

- Problema: ¿Cómo se aborda el problema de la responsabilidad social empresarial?

1. Empresa y responsabilidad.
2. La responsabilidad social de la empresa.
3. Los stakeholders y sus intereses.
4. Integración ética de las organizaciones.

****Cuarta Unidad: La Responsabilidad Social y la Constitución de Valor****

- Problema: ¿Cómo ocurre la generación de valor en la responsabilidad empresarial?

1. La responsabilidad empresarial y el valor humano.
2. La responsabilidad empresarial y el capital social.
3. La responsabilidad empresarial y el capital moral.
4. Actuales aplicaciones. Sobre la justicia y el bienestar humano.

Estrategias pedagógicas

Se plantea la metodología autodirigida, cuyo referente son los créditos académicos. Los estudiantes tendrán que preparar los temas antes del encuentro en el aula, para lo que elaborarán resúmenes, harán análisis escritos de los textos sugeridos, y disertaciones. El profesor orientará las actividades, realizará exposiciones, disertaciones y clases magistrales. Se elaborarán tres pruebas académicas donde los estudiantes demostrarán sus competencias cognitivas, comprensivas e interpretativas de los temas estudiados en la asignatura.

Evaluación

PRIMER PARCIAL: 30%: Agosto 24

SEGUNDO PARCIAL: 30%: Octubre 19

EVALUACIÓN FINAL: 40%: Noviembre 23

Cada una de estas notas se hacen equivaler a un 100% que se distribuye así: Ev 1er Parcial*, Ev 2do Parcial** y Ev Examen Final***= 50% + Suma ponderada de las actividades del respectivo período= 50%.

Recursos bibliográficos

- ALVARADO, Sara y OSPINA, Héctor (Compiladores). Hacia la construcción de una ética ciudadana en Colombia. Bogotá: CINDE. 1998.
- ANDREWS R. Kenneth, DONALD K. David (editors) (1989), Ethics in Practice Managing The Moral Corporation, Boston: Harvard Business School Press.
- BAUMAN Zygmunt (2000), Modernidad líquida, México: Fondo de cultura económica.
- BAUMAN Zygmunt (2000), Trabajo, consumismo y nuevos pobres, Barcelona: Gedisa.
- BAUMAN Zygmunt (2007), Vida de consumo, México: Fondo de cultura económica.
- CALDERON MONCLOA, Luis Felipe. Después de todo, sólo somos seres humanos. Editor: Universidad ESAN. 2007.
- CASTELLS Manuel (1996), La era de la información, Argentina: Siglo XXI editores.
- CORTINA, Adela (2003), Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones. Madrid: Trotta.
- DE GEORGE Richard T. Business Ethics (2006). New Jersey: Prentice Hall.
- ESCOBAR, Gustavo. Ética. México: Mc Graw-Hill.1995.
- FERREL O.C, FRAEDRICH John, FERREL Linda (2005), Business Ethics: ethical decision making and cases. Boston: Houghton Mifflin Company.
- GUILLEM Manuel (2006), Ética en las organizaciones: construyendo confianza, Madrid: Prentice Hall.
- GUILLEN PARRA, Manuel. Ética en las organizaciones. Construyendo confianza. Madrid: Pearson Educación, S.A. 2006.
- INDEMUDIA Uwafiokun (2009), ¿Oil extraction and poverty reduction in the Niger Delta: A critical Examination of Partnership Initiatives?, The Journal of Business Ethics, N 90. ISSN: 0167-4544. pp 91-116.
- LEE Hanjoon, PARK TaeKyu, KOO MOON Hyoung, YANG Chankon Kim (2009), ¿Corporate Philanthropy, attitude towards corporations, and purchase intentions: A South Korea study?, Journal of Business Research, N 62. pp 939-946.
- LIPOVESTKY Guilles (1992), El crepúsculo del deber: la ética indolora de los nuevos tiempos democráticos. Barcelona: Anagrama
- MARCOUX M. Alexei (2009) ¿Retrieving Business ethics from political Philosophy?, The Journal of Private Enterprise, Vol 24, N. 2. pp 21-33.
- MONTENEGRO Armando, RIVAS Rafael (2005), Las piezas del rompecabezas desigualdad, pobreza y crecimiento. Bogotá: Taurus, c2005.
- PROGRAMA POR LA PAZ. COLOMBIA UNA CASA PARA TODOS. Debate ético. Bogotá: Antropos.1991.
- RAMIREZ, Carlos Martin Tr. Ciencia y ética mundial. Editor: Trotta. 2006.
- RODRIGUEZ CORDOBA, María del Pilar. Ética gerencial ¿qué significa ser un gerente ético? Artículo de revista.
- SANCHEZ, Adolfo. Ética. México: Grijalbo. 1976.
- SIERRA MONTOYA, Jorge Emilio. RSE responsabilidad social empresarial. Editor: Seguros Bolívar. 2007.

Equipo de expertos que acompañan el proceso

Omayra Avellaneda - oavellaneda@javeriana.edu.co. Departamento de Filosofía, Pontificia Universidad Javeriana. -.