



INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INVESTIGACIÓN  
EN ESTUDIOS NORTEAMERICANOS  
"BENJAMIN FRANKLIN"

|  |   |
|--|---|
| <b>Asignatura</b>                      | Ética Empresarial                       |
| <b>Programa</b>                        | Study Abroad                            |
| <b>Créditos</b>                        | 4.5 ECTS / 3 USA (créditos semestrales) |
| <b>Horas de clase</b>                  | 45                                      |
| <b>Horas de estudio fuera del aula</b> | 90                                      |
| <b>Tutorías</b>                        | Por cita previa.                        |
| <b>Requisitos</b>                      | No hay requisitos previos               |
| <b>Idioma</b>                          | Inglés                                  |
| <b>Tipo de enseñanza</b>               | Presencial.                             |

## PRESENTACIÓN

El comportamiento ético de las empresas está cada vez más sometido a un escrutinio que va más allá de la finalidad puramente mercantil que puede justificar la existencia de una organización. El impacto de las actividades de las empresas en el ámbito social y medioambiental es tan importante a la hora de evaluar las empresas como la posición de mercado resultante del diseño y ejecución de una estrategia empresarial más o menos acertada. Los resultados económicos deben ir acompañados del cumplimiento de un conjunto de principios éticos que condicionen la actuación de las empresas.

Así, conceptos como gobierno corporativo, stakeholders, retribución de directivos, whistleblowing, responsabilidad social, sostenibilidad, etc. están cada vez más presentes en el mundo de las finanzas y la economía e incluso ocupan ya un lugar cada vez más destacado en las conversaciones de carácter más popular. El comportamiento de las empresas que adquieren una gran presencia en los medios de comunicación es opinado y valorado, siendo en muchas ocasiones, portadas en la prensa por escándalos o comportamientos que no son aceptables o son, al menos, cuestionables. No todo tipo de prácticas están permitidas, y la reputación de las empresas está permanentemente en entredicho en función de que exista una total coherencia entre los valores o principios corporativos proclamados y su actuación real, de forma que la apariencia de falta de dicha coherencia puede generar crisis reputacionales en las empresas. Además, el consumidor elige cada vez más en función de la alineación de las marcas con sus propios principios éticos y morales, lo que supone un elemento más a tener en cuenta por las empresas a la hora de diseñar sus estrategias para un mercado cada vez más exigente.

## COMPETENCIAS

### Competencias generales (CG):

**CG1:** Mejorar la capacidad de evaluar críticamente diversas situaciones, argumentos y proposiciones, identificando los fallos lógicos y los puntos fuertes del razonamiento en diferentes contextos.

**CG2:** Desarrollar la capacidad de prever tendencias y retos empresariales, elaborando estrategias visionarias que garanticen el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

**CG3:** Promover la comprensión de cómo la diversidad y la sostenibilidad son parte integral de la estrategia empresarial contemporánea, reflexionando sobre su impacto en el bienestar social y medioambiental.

**CG4:** Cultivar habilidades avanzadas de comunicación que permitan transmitir ideas, comentarios e instrucciones de manera clara y persuasiva.

### Competencias específicas (CE):

**CE1:** Comprender la complejidad de los debates sobre el negocio de la ética y la ética en los negocios, tanto en la teoría como en la práctica.

**CE2:** Reflexionar sobre la interacción entre la ética y la empresa, pero también entre la ética empresarial y la naturaleza, la cultura, la ciencia, la política y otros ámbitos de la sociedad.

**CE3:** Explorar las deficiencias conceptuales de los enfoques tradicionales de la ética empresarial en nociones como la denuncia de irregularidades; la recompensa, los incentivos y la compensación.

**CE4:** Profundizar en la historia de la investigación sobre ética empresarial en estos y otros temas, y comprender los puntos ciegos, los callejones sin salida y el escepticismo que la investigación ha generado a menudo

## **METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

Este curso emplea una amplia gama de métodos de enseñanza para garantizar una experiencia de aprendizaje atractiva y completa en Ética Empresarial.

- Conferencias: El curso utilizará conferencias interactivas para proporcionar conocimientos básicos y marcos teóricos en Ética Empresarial, fomentando la participación activa y la investigación de los estudiantes.
- Casos prácticos: Los estudiantes participarán en el análisis de estudios de casos reales, aplicando las teorías éticas a escenarios empresariales prácticos. Este enfoque está diseñado para mejorar el pensamiento crítico y la capacidad de toma de decisiones.
- Lecturas y comentarios: Lecturas periódicas de artículos y noticias de actualidad relacionados con la ética empresarial. Las sesiones de clase se dedicarán a discutir estos materiales, profundizando la comprensión de los estudiantes de los desafíos éticos actuales en los negocios.
- Proyección de vídeos: Para complementar las clases y las lecturas, se utilizarán vídeos educativos y documentales para proporcionar una comprensión visual y contextual de cuestiones éticas complejas.
- Actividades interactivas en el aula: Se incorporará una serie de actividades interactivas como debates y discusiones. El objetivo de estas actividades es fomentar la participación de los estudiantes, el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de habilidades comunicativas.
- Presentaciones de los alumnos: Un componente clave del curso serán las presentaciones de los alumnos. Los alumnos tendrán que realizar presentaciones sobre diversos temas relacionados con la ética empresarial, ya sea individualmente o en grupo. Estas presentaciones pretenden fomentar las habilidades de investigación, alentar la exploración en profundidad de cuestiones éticas específicas y mejorar las habilidades para hablar en público.

A través de estas metodologías, el curso aspira a proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda y práctica de la Ética Empresarial, preparándoles para la toma de decisiones éticas en su vida profesional.

## **PREPARACIÓN PARA CLASE**

Para maximizar el aprendizaje y el compromiso en este curso de Ética Empresarial, se espera que los estudiantes se preparen a fondo para cada sesión de clase. Las siguientes directrices describen las principales actividades de preparación:

- Lecturas previas a la clase: Antes de cada clase, los estudiantes deben completar las lecturas asignadas de libros de texto, artículos o estudios de casos. Es crucial no sólo leer, sino también analizar críticamente estos materiales, anotando cualquier pregunta o idea para aportar a las discusiones en clase.
- Repasar los materiales de clase: Si se le proporciona, revise las diapositivas de la clase o los materiales complementarios con antelación. Esto le ayudará a comprender el enfoque y el marco de la próxima clase.

- **Análisis de casos prácticos:** Para las sesiones que incluyan estudios de casos, prepárese leyendo detenidamente el caso, identificando las cuestiones éticas clave y considerando diversas perspectivas y soluciones. Esté preparado para debatir su análisis y sus puntos de vista en clase.
- **Reflexión sobre noticias:** Cuando se le asigne, lea las noticias o artículos seleccionados que sean relevantes para los retos éticos actuales en los negocios. Reflexione sobre ellos en el contexto de las teorías y principios tratados en clase, y esté preparado para compartir sus ideas durante los debates en clase.
- **Preparación de la proyección de vídeos:** En las clases en las que se proyecten vídeos, investigue el tema de antemano para adquirir una comprensión básica. Piense en cómo se relaciona el tema con sus conocimientos sobre ética empresarial.
- **Participación en actividades interactivas:** Participe activamente en debates, discusiones y otras actividades interactivas. Ven a clase con ganas de participar, compartir tus ideas y escuchar a los demás.
- **Preparación de presentaciones:** En las clases en las que los alumnos tengan que hacer presentaciones, empiece a prepararlas con bastante antelación. Investigue a fondo el tema, prepare una presentación clara y atractiva y practique su presentación. Tanto si la presentación es individual como en grupo, asegúrate de que entiendes el material y de que puedes hablar de él con confianza.
- **Reflexión y autoaprendizaje:** Reflexione periódicamente sobre lo que ha aprendido e identifique las áreas que necesita estudiar o aclarar. Utiliza las horas de oficina o comuníquese con el instructor para resolver cualquier duda o preocupación.

Siguiendo estos pasos de preparación, los estudiantes estarán bien equipados para participar activamente y contribuir a cada sesión de clase, mejorando así su propia experiencia de aprendizaje y la de sus compañeros.

**BAREMACIÓN DE LA NOTA** El baremo de la nota de clase quedará de la siguiente manera:

|                                |      |
|--------------------------------|------|
| EXAMEN PARCIAL                 | 30 % |
| EXAMEN FINAL                   | 30 % |
| PARTICIPACIÓN Y PRESENTACIONES | 40 % |

**Plagio:** Los trabajos de investigación deben exponer ideas propias de los estudiantes. El trabajo de otros escritores o expertos utilizado para apoyar las ideas de los estudiantes debe ser citado apropiadamente. La utilización inadecuada de un texto o trabajo de otra persona se considera plagio. Plagiar es una violación de las normas académicas y puede tener como resultado el suspenso del trabajo o incluso de

la asignatura para la cual el trabajo fue escrito. En casos extremos puede suponer la expulsión del programa. Las guías para escribir el trabajo adecuadamente las debe proporcionar el profesor.

**Si el alumno llega más de diez minutos tarde a un examen sin tener ninguna justificación escrita justificada por escrito de un médico o del director del programa, el alumno será penalizado con una reducción de 10 puntos de la nota final del examen.**

## **ASISTENCIA**

La asistencia a clase es OBLIGATORIA. Si el alumno se ausenta más del límite permitido (1 ausencia) en el programa de verano y (2 ausencias) en los programas de otoño y primavera, su nota final reflejará un descenso de 10 puntos por cada falta de asistencia que no haya sido excusada mediante justificante médico o por su Director de Programa. Será responsabilidad del alumno preparar individualmente la materia impartida en clase los días en que se ausente.

## **ALUMNOS CON NECESIDADES ESPECIALES**

Los estudiantes con algún tipo de necesidad especial pueden contactar con Antonio Fernández: [antonio.fernandezm@uah.es](mailto:antonio.fernandezm@uah.es) El Instituto Franklin-UAH cuenta con las medidas necesarias para ayudar en sus estudios a aquellos estudiantes que demuestren, por medio de un justificante médico, tener necesidades especiales.

## **USO DE LA TECNOLOGÍA EN CLASE**

La tecnología en el aula es fundamental hoy en día. Ahora bien, si se utiliza de una manera inapropiada puede perjudicar el aprendizaje del alumno. Por ejemplo, comprobar el correo electrónico, chatear con otros usuarios, navegar por la web con propósitos diferentes al contenido de la clase etc... El mal uso de estas herramientas puede distraer a otros compañeros igualmente por lo que solamente está permitido tomar notas con el ordenador. Para cualquier otro uso se debe pedir permiso al profesor.

## **PROGRAMA DE LAS CLASES**

|   |   |
|---|---|
| <p>Orientation</p> <p><i>My goals, hopes, and expectations for this course</i></p> <p>Popular approaches to moral decision-making</p> | <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p> <p><i>Game: The Trolley Dilemma</i></p> |
| <p>Social Psychology and Ethics</p>   | <p>Lecture</p> <p>Debate</p>  |
| <p>Organizational Culture and ethics</p>  | <p>Student Presentations</p> <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p>            |
| <p>Ethical leadership</p>   | <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p>   |
| <p>The Stakeholder Theory</p>   | <p>Student Presentations</p> <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p>            |
| <p>The Ethics of Diversity</p>  | <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p>   |
| <p>Consumers and Business Ethics</p>  | <p>Lecture</p> <p>Debate</p>  |
| <p>Corporate Social responsibility</p> <p><b>Mid Term Exam</b></p>  | <p>Lecture</p> <p>Readings and assignments for next class</p>   |
| <p>Ethics and environmental sustainability (I)</p>  | <p>Presentation in Class</p> <p>Lecture</p> <p>Debate</p> <p>Readings and assignments for next class</p>            |

|   |   |
|---|---|
| Ethics and Code of Conduct                          | Student Presentations<br>Lecture<br>Debate<br>Readings and assignments for next class |
| Technology: Ethics and Social Responsibility Issues | Lecture<br>Debate<br>Readings and assignments for next class                          |
| <b>Final EXAM</b>                                   |   |

Las fechas de las actividades culturales pueden sufrir alteraciones. Las Instituciones a las que está programada la visita se reservan el derecho al cambio de las mismas en función de sus necesidades de agenda o posibles eventualidades administrativas.

## BIBLIOGRAFÍA

A dossier will be delivered with selected texts from different bibliographic sources to be used in the sessions. They will be readings prior to classes and for, eventually, the completion of assignments and presentations by the students.

- Blackburn S., Ethics: A Very Short Introduction, Oxford University Press, Oxford and New York 2003.
- Crane, A., Business Ethics, Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization, Oxford, Oxford University Press, 2010.
- Hoffman, M., et al. Business Ethics: Readings and Cases in Corporate Morality, John Wiley & Sons, Oxford, 2014.
- Painter-Morland, Molly, and René Ten Bos, eds. Business Ethics and Continental Philosophy. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
- Painter-Morland M, Business Ethics as Practice, Cambridge University Press, Cambridge, 2008.

- Swartz, M. Business Ethics, And Ethical Decision-Making Approach, John Wiley & Sons, Oxford, 2017.

**Este programa está sujeto a cambios**