

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA**

Código: 35134
Nombre: Etica Profesional y Responsabilidad Social Corporativa
Ciclo: Grado
Créditos ECTS: 4,5
Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1317 - Grado en Turismo	Facultat d'Economia	4	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1317 - Grado en Turismo	Dirección de Empresas II	OPTATIVA

COORDINACIÓN

CASAÑ PEREZ-SERRANO CARLOS ALBERTO

RESUMEN

Las áreas de Ética profesional y Responsabilidad Social Empresarial se han convertido en Los últimos años en materias de especial importancia. Así, las escuelas de negocios, y la práctica en super totalidad de las universidades de todo el mundo, incorporan estas disciplinas en sobre programas púas entiendo que constituyente una dimensión clave para asegurar la sostenibilidad de la empresa a Largo Plazo. Aunque existen varios aspectos que han contribuido al despegue de una concepción de la empresa basada en la ética y en la responsabilidad social, Reducir texto decirse que la recesión económica de principios de la década de los noventa, los escandalos financieros y las malas prácticas de Gobierno corporativo provocaron la crisis del modelo de empresa que predice como Objetivo exclusivo la maximización del beneficio económico y, por lo tanto, del valor para los propietarios-accionistas. La empresa Comienza a ser entendido como un ente social que debería tener un Comportamiento responsable basada en solidos principios éticos y sociales. Esto implica la satisfacción de las Necesidades y la creación de riqueza no Sólo para sobre propietarios legales, sino para todos los grupos Implicados en super tarea o stakeholders (Empleados, accionistas, clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administración pública, etc.) .Esta concepción implica la adopción de criterios de responsabilidad social corporativa en la gestión de la empresa, que se deben apoyar en unos sólidos fundamentos éticos. Esto implica la satisfacción de las necesidades y la creación de riqueza no sólo para sus propietarios legales, sino para todos los grupos implicados en su tarea o stakeholders (empleados, accionistas, clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administración pública, etc.) . Esta concepción implica la adopción de Criterios de responsabilidad social corporativa en la gestión



de la empresa, que se Deben apoyar en Unos Solidos fundamentos éticos. Esto implica la satisfacción de las Necesidades y la creación de riqueza no Sólo para sobre propietarios legales, sino para todos los grupos Implicados en super tarea o stakeholders (Empleados, accionistas, clientes, proveedores, competidores, agentes sociales, administración pública, etc.) . Esta concepción implica la adopción de Criterios de responsabilidad social corporativa en la gestión de la empresa, que se Deben apoyar en Unos Solidos fundamentos éticos.

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

NO son necesarios

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de entidades turísticas.

Iniciativa y espíritu emprendedor.

Motivación por calidad.

Planificar y gestionar los recursos humanos de las organizaciones turísticas.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La Ética Empresarial

El tema 1 constituye una introducción a esta materia, y aborda cuestiones como: qué se entiende por ética, y teorías éticas; lo que no es la ética en las organizaciones empresariales, la relación entre la ética organizacional y otros campos del saber.

2. Ética y excelencia en el trabajo

El tema 2 se estudian con detalle los conceptos básicos de la ética aplicada a la empresa turística en tres niveles: la ética y el trabajo, la ética y el trabajo en la alta dirección, y por último, la ética y el trabajo en los niveles intermedios de la organización.



3. Ética en la toma de decisiones

En el tema 3 se describe el lugar de la ética en los procesos de toma de decisiones, las normas éticas de conducta que influyen en estos procesos y las cualidades morales o virtudes que se requieren en el marco de la práctica de comportamientos éticos.

4. Ética en la acción directiva y comportamiento humano

El tema 4 analiza los fundamentos antropológicos de la dimensión ética en el comportamiento humano, la responsabilidad ética personal y la incidencia de la ética en la motivación humana.

5. Ética y motivaciones humanas

En el tema 5 se exponen las consecuencias del comportamiento ético sobre el liderazgo en las organizaciones, por ello se analizan detalladamente las raíces éticas del liderazgo y la «calidad ética personal» como raíz del liderazgo directivo y fuente de confianza y compromiso organizativo.

6. Ética y liderazgo directivo

En el tema 6 se pasa del plano de análisis individual al organizacional, y se estudian los fines perseguidos y los medios empleados por las organizaciones con calidad ética, entre los que está la Responsabilidad Social.

7. La Responsabilidad Social de la Empresa turística y su calidad ética

El tema 7 aborda las cuestiones relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa desde un enfoque más pragmático que ético, y desde el punto de vista del actual debate social acerca del concepto. Se hará especial hincapié en sus repercusiones en el sector turístico.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	30,00
Prácticas en aula	15,00
Total horas	45,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00



Elaboración de trabajos individuales o en grupo	15,00
Estudio y trabajo autónomo	22,50
Preparación de clases	15,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	15,00
Total horas	67,50

METODOLOGÍA DOCENTE

El curso, con una metodología eminentemente práctica, pretende familiarizar a los alumnos con temas en los que el management y la ética se encuentra a diario. Para Ello se utilizaba el role playing, el método del caso y La Discusión de casos reales parte al cine. Se pretende enseñar a los alumnos y alumnas a enfrentarse a situaciones que se dan de Hecho en el sector turístico como: el pago de comisiones, la extorsión, el uso de información privilegiada, ... Pero, lo que es más importante, estas sesiones pretenden afianzar nociones básicas para la dirección como son: la importancia de la ética en la construcción de confianza organizativa, las implicaciones prácticas de un liderazgo directivo basada en la ética, o la creación de una cultura de empresa de calidad ética y al servicio de la sociedad. En las clases teóricas se explican los principales conceptos incluidos en cada tema de la asignatura, aplicando el modelo de lección magistral flexible y participativa. La utilización de esta metodología apropiada porque permite que el profesor incidir en los aspectos más importantes de cada tema, presentando el enfoque que se considera apropiado para trabajar la asignatura. No obstante, es necesario advertir que, en el tiempo disponible, no es posible tratar de forma exhaustiva todos los aspectos de cada tema. Por consiguiente, resulta imprescindible que el estudiante dedique una media de dos horas para preparar el tema correspondiente a partir de la bibliografía y los materiales que se le proporcionarán. Las clases prácticas pretenden fomentar la capacidad de razonamiento y análisis de los estudiantes, así como la adquisición de hábitos, pero también resolver los puntos débiles en la asimilación de los conceptos más importantes de la materia. Este tipo de clases requiere suma participación activa a través de la intervención en las sesiones, y la realización de los ejercicios o actividades propuestas. El estudiante debe dedicar tres horas de preparaciones a la semana de la materia. Objetivo de la clase práctica.

EVALUACIÓN

La evaluación incluirá tres bloques: un examen al final del curso, la participación individual en las sesiones, apoyada en el estudio personal y la presentación de un proyecto elaborado en equipo (actividad no recuperable). A continuación se recogen los porcentajes y requisitos necesarios para obtener las distintas calificaciones que los estudiantes se propongan obtener en este bloque.

1. Examen final 60%
2. Participación 10% (actividad recuperable)
3. Trabajo en equipo 30% (actividad no recuperable)

CALIFICACIÓN y REQUISITO EXIGIDO



APROBADO

Superar el examen teórico con al menos un 5 sobre 10, y entregar todas las prácticas, individuales y en equipo.

NOTABLE

Junto al cumplimiento de los requisitos para obtener el aprobado, una participación digna de mención* en todas las clases.

SOBRESALIENTE

Serán merecedores del sobresaliente aquellos alumnos o alumnas que cumplan los requisitos para obtener un notable y cuyo trabajo en equipo obtenga la valoración de sobresaliente.

MATR. DE HONOR

Estudiante que, habiendo obtenido un sobresaliente, resalte por la excelencia de su trabajo y participación. Siempre a juicio del profesor.

* Por participaciones dignas de mención se entenderán aquellas que sean: reflexivas (razonadas, que aportan o ayudan, originales), oportunas (conectadas con la discusión y el texto), precisas (utilizando con corrección los conceptos) y concisas.

BIBLIOGRAFÍA

- "Ética en las organizaciones. Construyendo confianza". Guillén, Manuel. Prentice-Hall, Pearson. Madrid (2006, 89ª reimpresión 2018).
- "Creating Better Human Motivation Theories for Personal Flourishing in Organizations". Guillén, Manuel. In Personal Flourishing in Organizations. Editors: Mercado, Juan A. (Ed.), Springer (2018). - "La Empresa Ética y Responsable". (2011) Bañón, A; Guillén, M. y Ramos, N. Universia Business Review. 2º Trimestre, págs. 32-43. - Rethinking the Concept of Sustainability. Bañón Gomis, A. J.; Guillén Parra, M.; Hoffman, M. W.; McNulty, R. E. (2011). Business and Society Review. Vol. 116, Issue: 2, pp. 171-191. - "Organizational Commitment: A Proposal for a Wider Ethical Conceptualization of Normative Commitment". González, T.F & Guillén, M. Journal of Business Ethics, Vol.78, pp. 401-414, 2008. - European vs. American approaches to institutionalisation of business ethics: the Spanish case. Guillén, M.; Melé, D. & Murphy, P. Business Ethics: A European Review, Vol 11, nº 2, pp. 167-178, April 2002. - "Leadership ethical dimension: a requirement in TQM implementation?". González, T.F & Guillén, M. The TQM Magazine, Vol. 14, nº 3, 2002. - "Ethical dimension of managerial leadership. Two explanatory case studies in TQM". Guillén, M. & González, T.F. Journal of Business Ethics, Vol 34, pp. 175-189, December 2001. Junto a estas referencias, se pondrá a disposición de los estudiantes en el



aula virtual el material necesario para cada sesión.