



## FICHA IDENTIFICATIVA

### DATOS DE LA ASIGNATURA

**Código:** 43006

**Nombre:** Ética empresarial: comunicación y sociedad civil

**Ciclo:** Máster Universitario Oficial

**Créditos ECTS:** 5

**Curso académico:** 2025-26

### TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2136 - Máster Universitario Ética y Democr. 2012	Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació	1	Primer cuatrimestre

### MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2136 - Máster Universitario Ética y Democr. 2012	Ética empresarial	OPTATIVA

### COORDINACIÓN

DOMINGO MORATALLA AGUSTIN

## RESUMEN

La asignatura "ética empresarial: comunicación y sociedad civil" pertenece al campo de estudio de la ética aplicada y se ocupa de la gestión y la comunicación de los activos intangibles que tienen que ver los recursos morales de los que dispone cualquier organización para generar confianza, reputación y proyectos empresariales de largo plazo.

Los objetivos específicos son:

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.

Saber gestionar los recursos morales como activos intangibles de las organizaciones, así como, reconocer el capital social y desarrollarlo.

Responsabilidad empresarial y organizacional y saber gestionar su comunicación adecuadamente desde el punto de vista económico, social y medioambiental.



Saber utilizar los instrumentos para la gestión

## 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 / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

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.

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.

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.

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.

Conocer y saber utilizar los modelos de racionalidad práctica y la argumentación moral y política.

Participar en debates y discusiones, dirigirlos y ser capaces de resumirlos y extraer de ellos las conclusiones más relevantes.

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.

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

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 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 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.

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La perspectiva ética: situación actual
2. Sociedad civil y recursos morales
3. Ética de la comunicación
4. Ética empresarial
5. Ética y Responsabilidad Social de la empresa
6. La elaboración de Códigos éticos
7. La elaboración de Memorias de RSC

## VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

### ACTIVIDADES PRESENCIALES



<b>Actividad</b>	<b>Horas</b>
Tutorías	3,40
Teoría	43,40
Seminario	3,40
<b>Total horas</b>	<b>50,20</b>

### ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

<b>Actividad</b>	<b>Horas</b>
Asistencia a otras actividades	5,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	15,00
Estudio y trabajo autónomo	40,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	15,00
<b>Total horas</b>	<b>75,00</b>

### 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:

- Asistencia y participación significativa en clases y seminarios (20%);
- Capacidad de análisis crítico y claridad en las exposiciones (30%);
- Presentación de trabajos finales de las respectivas materias, siguiendo los criterios científicos internacionales (50%).

La realización fraudulenta de pruebas de evaluación y el plagio en trabajos de evaluación serán considerados conforme al Reglamento de evaluación y calificación de la UV (ACGUV 108/2017) y al Protocolo de actuación ante prácticas fraudulentas (ACGUV 123/2020).

El uso de tecnologías (incluida IA), que no sea previa y expresamente autorizado por el profesorado, para



confeccionar materiales de evaluación, permitirá que estos no sean considerados como de autoría propia y serán tratados según la reglamentación vigente y el Código de Convivencia y Buenas Prácticas de la UV (ACGUV 300/2023, DOGV, núm. 9747/18.12.2023).

## BIBLIOGRAFÍA

- BROWN, M.T. (1992): La ética en la empresa, Barcelona, Paidós - BÜSCHER, M., / GARCÍA-MARZÁ, D. / DE GEER, H. (eds.) (2005): Integrating the Ethical Perspective, Manchen und Mering, Rainer Hampp Verlag. - CORTINA, A. (Dir.) (1997): La rentabilidad de la ética para la empresa, Madrid, Visor, Fundación Argentaria - CORTINA, A. (2002): Por una ética del consumo, Madrid, Taurus - CORTINA (Dir.) (2003), Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones, Madrid, Trotta. - CORTINA, A. / CONILL, J. / DOMINGO, A. / GARCÍA - MARZÁ, D. (2005): Ética de la empresa. Hacia una nueva cultura empresarial, Madrid, Trotta. - GARCÍA-MARZÁ, D. (2004): Ética empresarial: del diálogo a la confianza, Madrid. Trotta. - GARCÍA-MARZÁ, D., E. GONZÁLEZ, F. NAVARRO Y C. BALLESTEROS (2003): La empresa socialmente responsable. Ética y Empresa, Madrid, Fundación Cideal. - GARCÍA ECHEVARRIA, S. (1994b): Introducción a la economía de empresa, Madrid, Diaz de Santos - GEORGE, R.T. (1999): Business Ethics, New Jersey, Prentice Hall - HORTAL, A. / FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, J.L. (1994): Ética de las profesiones, Madrid, UPCO - LE MOUËL, J. (1992): Crítica de la eficacia. Ética, verdad y utopía de un mito contemporáneo, Barcelona, Paidós - LOZANO, J.M. (1999): Ética y empresa, Madrid, Trotta - LOZANO AGUILAR, J.F. (2004): Códigos éticos para el mundo empresarial, Madrid. Trotta - MITZBERG, H. (1991): Mitzberg y la dirección, Madrid, Diaz de Santos
- MORGAN, C. (1990): Imágenes de la organización, Madrid, Ra-ma - NAVARRO, F. (2008): Responsabilidad social corporativa, Madrid, ESIC. - SCHEIN, E.H. (1989): La cultura empresarial y el liderazgo, Plaza y Janés - TULEJA, T. (1987): Más allá de la cuenta de resultados, Plaza y Janes - VÁZQUEZ, FERNANDEZ, F. (1991): Ética y deontología de la información, Madrid, Paraninfo - VILLAFANE, J. (2003): La buena reputación, Madrid, Pirámide. - WEIS, J. (2000): Business Ethics. A Managerial Stakeholder Approach, California: Wadsworth Publishing Company