



FITXA IDENTIFICATIVA

DADES DE L'ASSIGNATURA

Codi: 43006

Nom: Ètica empresarial: comunicació i societat civil

Cicle: Màster Universitari Oficial

Crèdits ECTS: 5

Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2136 - Màster Universitari en Ètica i Democràcia	Facultat de Filosofia i Ciències de l'Educació	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2136 - Màster Universitari en Ètica i Democràcia	Ètica empresarial	OPTATIVA

COORDINACIÓ

DOMINGO MORATALLA AGUSTIN

RESUM

L'assignatura "ètica empresarial: comunicació i societat civil" pertany Alcamp de estudi de l'ètica aplicada i s'ocupa de la gestió i la comunicació dels actius intangibles que tenen a veure els recursos morals de què disposa qualsevol organització per generar confiança, reputació i projectes empresarials de llarg termini.

Els objectius específics són:

Conèixer el potencial ètic inherent a la societat civil i les seves organitzacions i institucions.

Reconèixer els valors morals en les empreses i organitzacions de la societat civil.

Saber gestionar els recursos morals com actius intangibles de les organitzacions, així com, reconèixer el capital social i desenvolupar-lo.

Responsabilitat empresarial i organitzacional i saber gestionar la seva comunicació adequadament des del punt de vista econòmic, social i mediambiental.

CONEIXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS



COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

2136 - Màster Universitari en Ètica i Democràcia

Capacitat per a l'anàlisi de casos pràctics, mitjançant la resolució de casos, problemes o situacions a través dels continguts apresos en la teoria, amb una incidència especial en les organitzacions sanitàries.

Capacitat per reconèixer i saber utilitzar els instruments de comunicació necessaris per a una gestió ètica de les organitzacions i per proposar accions comunicatives en el cas de la responsabilitat social corporativa (RSC): codis ètics, auditories ètiques i comitès d'ètica, aplicant especialment la metodologia dels stakeholders per a l'elaboració d'informes de RSC.

Conèixer i aplicar els drets fonamentals i d'igualtat d'oportunitats entre homes i dones, els principis d'igualtat d'oportunitats i accessibilitat universal de les persones amb discapacitat i els valors propis d'una cultura de la pau i de valors democràtics.

Conèixer i saber utilitzar els models de racionalitat pràctica i l'argumentació moral i política.

Conèixer l'estatut, les tasques i les metodologies de les ètiques aplicades, en especial les distintes temàtiques i metodologies de l'ètica empresarial i econòmica, entre les quals hi ha: ètica del desenvolupament humà, ètica econòmica, ètica de les professions i de les institucions, la responsabilitat social de l'empresa i de les organitzacions.

Participar en debats i discussions, dirigir-los i ser capaços de resumir-los i extraure d'ells les conclusions més rellevants.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Projectar sobre problemes concrets els seus coneixements i saber resumir i extractar els arguments i les conclusions més rellevants per a la seva resolució.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. La perspectiva ètica: situació actual
2. Societat civil i recursos morals
3. Ètica de la comunicació
4. Ètica empresarial
5. Ètica i Responsabilitat Social de l'empresa
6. L'elaboració de codis ètics
7. L'elaboració de Memòries de RSC

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	3,40
Teoria	43,40
Seminari	3,40
Total hores	50,20

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	5,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	15,00
Estudi i treball autònom	40,00
Preparació de classes	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00



Resolució de casos pràctics	15,00
Total hores	75,00

METODOLOGIA DOCENT

La metodologia d'ensenyament-aprenentatge habitual serà la de seminari de treball, per la qual cosa és imprescindible que hi hagi un estudi previ i autònom per part de l'alumnat i una discussió i participació en les sessions de seminari que són obligatòries.

D'altra banda, s'informarà dels congressos i seminaris i altres activitats en què els alumnes poden participar, obtenint amb això crèdits del Programa.

AVALUACIÓ

L'avaluació té un caràcter continu, flexible i personalitzat, de manera que cada alumne establirà un pla de treball singularitzat segons l'àrea del qual provingui, els interessos que manifesti en la investigació i les seves inquietuds professionals. Els criteris d'avaluació més comuns s'estableixen entorn de tres àrees:

- Assistència i participació significativa en classes i seminaris (20%);
- Capacitat d'anàlisi crítica i claredat en les exposicions (30%);
- Presentació de treballs finals de les respectives matèries, seguint els criteris científics internacionals (50%).

La realització fraudulenta de proves d'avaluació i el plagi en treballs d'avaluació seran considerats conforme al Reglament d'avaluació i qualificació de la UV (ACGUV 108/2017) i al Protocol d'actuació davant pràctiques fraudulentes (ACGUV 123/2020).

L'ús de tecnologies (inclosa IA), que no siga prèvia i expressament autoritzat pel professorat, per a confeccionar materials d'avaluació, permetrà que aquest no siguen considerats com d'autoria pròpia i seran tractats segons la reglamentació vigent i el Codi de Convivència i Bones Pràctiques de la UV (ACGUV 300/2023, DOGV, núm. 9747/18. 12.2023).

BIBLIOGRAFIA

- 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 Janés - 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