



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 44482

Nombre: Ética y responsabilidad social de la empresa

Ciclo: Máster Universitario Oficial

Créditos ECTS: 4

Curso académico: 2026-27

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2212 - M.U. Dirección de Empresas. MBA	Facultat d'Economia	1	Segundo cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2212 - M.U. Dirección de Empresas. MBA	Habilidades directivas, ética y responsabilidad social de la empresa	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

IBORRA JUAN MARIA

RESUMEN

Con carácter general, el objetivo de la asignatura es profundizar en el conocimiento de los problemas que afectan a la función directiva en un contexto económico, social y cultural en el que la integración en los enfoques y modelos de gestión de los nuevos requerimientos de responsabilidad y de sostenibilidad constituyen una exigencia normativa en la Unión Europea.

Se analizará la importancia y actualidad que han adquirido las nociones de ética y de responsabilidad, así como el sentido y alcance del debate teórico, político y social sobre las políticas responsables.

;ticas responsables.

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

2212 - M.U. Dirección de Empresas. MBA

Actuar en la toma de decisiones de la empresa en el marco de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, y de fomento de la cultura de la paz.

Analizar, sintetizar y valorar información, de forma rigurosa y crítica, con capacidad para identificar asunciones, evaluar evidencias, detectar lógicas o razonamientos falsos, identificar valores implícitos, y generalizar de manera apropiada sobre problemas y situaciones relacionadas con el mundo empresarial.

Buscar, seleccionar y valorar información emanada de los distintos agentes del entorno, a través de métodos tradicionales y de las tecnologías de la información y de la comunicación para utilizarla de forma efectiva ante problemas y situaciones relacionadas con la actividad empresarial.

Conocer e identificar los principios de actuación y planes directores de Responsabilidad Social de la Empresa que permiten implantar estrategias orientadas a mejorar la confianza en la empresa, las relaciones con su entorno, su imagen, su legitimidad y su prestigio social.

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.

Preparar, redactar y exponer en público informes y proyectos de carácter empresarial de manera clara y coherente, defenderlos con rigor y tolerancia y responder satisfactoriamente a las críticas sobre los mismos.

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.

Tomar decisiones tanto individuales como colectivas en su labor profesional como directivo de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. Introducción a la RSC

Evolución histórica de la RSC
Definiciones y dimensiones de RSC
Perspectivas de RSC: ética o estética

2. Ética en la función directiva

Códigos éticos: utilidad y limitaciones
Áreas clave de interés.
Consecuencias del compromiso ético

3. Gobierno corporativo: buen gobierno y responsabilidad social empresarial

Introducción al gobierno corporativo
Funciones del Consejo de Administración
Códigos de buen gobierno corporativo

4. Teoría de los Stakeholders

Definición de grupo de interés
Identificación de grupos de interés.
Priorización: Criterios descriptivos y Criterios normativos
Diálogo y participación con los grupos de interés

5. Herramientas de aplicación de la RSC

Estándares, normas y acreditaciones de RSE
GRI, PMNU e ISO26000



6. Nuevos temas en RSC: irresponsabilidad social corporativa y whistleblowing

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Tutorías	16,00
Teoría	24,00
Total horas	40,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	20,00
Preparación de clases	0,00
Preparación de actividades de evaluación	40,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	60,00

METODOLOGÍA DOCENTE

- Sesiones expositivas y/o participativas. Lección magistral, clases participativas, conferencias...
- Formas didácticas participativas. Análisis y resolución de casos y problemas, talleres sobre herramientas de análisis, presentaciones... (individualmente o en grupo).
- Trabajo autónomo. Lectura de artículos e informes, realización de trabajos (individualmente o en grupo).
- Asistencia a tutorías.
- Estudio independiente.
- Realización de pruebas escritas u orales.

u orales.

EVALUACIÓN

La materia se evalúa considerando dos dimensiones de evaluación de los alumnos:

La primera se corresponde a la evaluación continua basada en la participación e implicación de los estudiantes en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y supondrá el 60% de la calificación final. En relación



a este criterio de evaluación, se valorarán aspectos como la realización de informes individuales y trabajos en equipo presentados de forma oral y escrita, la asistencia y participación activa en el desarrollo de las clases así como la comprensión y capacidad de aplicación de los principales conceptos, técnicas y criterios que son objeto de estudio

La segunda se corresponde a la verificación del grado de comprensión y conocimiento de las materias impartidas en las sesiones de trabajo, mediante la superación del examen al final del curso, al que corresponderá el 40 por ciento de la nota final.

La calificación obtenida en el proceso de evaluación continua se sumará a la obtenida en la prueba escrita únicamente si se obtienen, al menos, 5 puntos sobre 10 en la citada prueba. En el caso de no superar la prueba escrita, la nota final será la suma ponderada de la nota de dicha prueba y de la evaluación continua, no pudiendo superar un máximo de 4'5 puntos.

Ambas dimensiones son recuperables.

ensiones son recuperables.

BIBLIOGRAFÍA

- Edward Freeman (1984) Strategic Management. A Stakeholder Approach. Pitman Publishing, Massachussets
- Amartya Sen (1997) Sobre ética y economía, Madrid. Alianza Editorial
- Donna Wood (2010) Measuring Corporate Social Performance: A Review. Internacional Journal of Management Reviews (50-84).
- Porter M. E. and Kramer M. R. (2011). Creating Shared Value, <https://hbr.org/2011/01/the-big-idea-creating-shared-value>, Harvard Business Review, January & February: 1-17.



- Freeman, R.E.; Velamuri, S.R. ; Moriarty, B. (2006) Company Stakeholder Responsibility: a new approach to CSR, Business Roundtable Institute for Corporate Ethics
- Código Unificado de Buen Gobierno Corporativo. Informe Rodriguez. 2020. Comisión Nacional del Mercado de Valores
- Nueno, Pedro. El consejo 2020. Ed Lid
- Frynas, J.G. & Yamahaki, C.(2016): Corporate Social Responsibility: review and roadmap of theoretical perspectives, Business Ethics: A European review, 25 (3): 258-285
- Aguinis, H. & Glavas, A. (2012): What we know and don't know about Corporate Social Responsibility: a review and research agenda, Journal of management, 38 (4): 932-968.
- Riera, M. & Iborra, M. (2017). Corporate social irresponsibility: review and conceptual boundaries. European Journal of Management and Business Economics, 26 (2), 146-162.
- Iborra, M. (2014), ¿Hacia una teoría ética de identificación y relevancia de los grupos de interés: responsabilidad, intencionalidad y previsión, poder y dependencia, urgencia y vulnerabilidad?, Revista GCG, Vol. 8 No. 2, pp. 87-101, doi: 10.3232/GCG.2014.V8.N2.05.
- Carrau, R. 2019. Buen gobierno corporativo para PYMEs, Ed. Tirant lo Blanch.



- Mitchell, R.K.; Agle, B.R.; Wood, D.J. (1997), Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts, *Academy of Management Review*, 22 (4): 859-886.
- Bradley, C.; Hirt, M and Smit, S. 2018. *Strategy beyond the hockey stick*. McKinsey & Co.
- Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción.
- Iborra, M. & Riera, M. (2023). Corporate social irresponsibility: What we know and what we need to know. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30 1421-1439.