



UNIVERSIDAD CAECE
DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA

PROGRAMA DE: ETICA EN LOS NEGOCIOS		
CODIGO DE LA CARRERA 117	PLAN DE LA CARRERA 06X	CODIGO ASIGNATURA 1435-06X
AÑO 4º	CUATRIMESTRE 1º	VIGENCIA 2006
CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 1404/06		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 901/05 y 265/06

OBJETIVOS

Al finalizar el desarrollo del programa de examen, se espera que el alumno sea capaz de:

- Identificar los rasgos del contexto general de la situación actual en el mundo globalizado y posmoderno para asegurar una óptima interpretación de los problemas ético- empresariales.
- Explicar la problemática que involucra toda Etica Aplicada al Marketing, con el objeto de orientar su actuación profesional.
- Identificar problemáticas éticas en las situaciones reales del mundo de los negocios.
- Fundamentar la maximización de beneficios de la empresa con la aplicación de criterios de justicia.
- Integrar las competencias adquiridas en el campo de la ética con los conocimientos, aptitudes y actitudes propias del marketing profesional.
- Desarrollar capacidades analíticas para el estudio y la resolución de dilemas éticos en situaciones concretas de la vida profesional.
- Integrar la ética en el proceso de toma de decisiones.
- Utilizar en la expresión oral y escrita el vocabulario específico de la materia.
- Aplicar los contenidos teóricos de la materia en la elaboración de trabajos prácticos sobre la práctica profesional del marketing.

CONTENIDOS MÍNIMOS

Los Principios de ética en los negocios. La naturaleza de la ética en los negocios. La ética en los negocios: orígenes y prácticas contemporáneas. Las teorías normativas. El utilitarismo y la ética. La ética en los negocios y la virtud. La brecha entre "lo que es" y "lo

que debería ser" La ética en el mercado. La ética en los negocios y la actitud pragmática. Ética en los negocios: pragmatismo y posmodernismo Relativismo ético y el absolutismo ético. La ética en los negocios en las sociedades y mercados libres. La ética en los negocios y las disciplinas administrativas: La administración, la ética financiera, la Contabilidad y en la Contabilidad pública. La ética de la Producción para el consumidor y el Marketing. Ética en los negocios y los criterios de gerenciamiento. La ética en los negocios y el trabajo: derechos de los trabajadores. Discriminación. La ética y la religión. La responsabilidad de las empresas por el medio ambiente. Problemas de ética en los negocios: Responsabilidad social y ética. La ética en los negocios internacionales. Ética y liderazgo corporativo. La Ética en los negocios frente a los nuevos medios y recursos electrónicos.

PROGRAMA ANALÍTICO

1. CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE LA ETICA

Etica. Delimitación de la problemática: Concepto. Objeto de Estudio. Método. División Teorías Éticas: Etica de la Virtud. La Etica del deber. Utilitarismo. Derechos Humanos. Teorías de los Derechos Humanos.

2. PANORAMA ACTUAL: LA ÉTICA ANTE EL NUEVO MUNDO GLOBAL COMPETITIVO

Globalización y Posmodernidad: caracteres y rasgos de los procesos. Etica Aplicada. Concepto. Las tres preguntas de la ética aplicada. Etica de los Negocios: Concepto. Niveles de desarrollo moral. Argumentos a favor y en contra.

3. LA DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

Profesión: Caracteres y requisitos. Los Principios Deontológicos. Los Códigos de Ética como Política de Reglas Claras en las Empresas.

4. UN NUEVO CONCEPTO: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

RSE. Delimitación. Actores. La RSE y los tipos de organización. La Inteligencia Social como aptitud profesional. Redes de RSE. El liderazgo ético y la RSE.

5. LA ÉTICA DE LA EMPRESA

El significado del Trabajo. Condiciones Laborales Éticas. Contrato. Salario Justo. Obligaciones morales del empresario. Deberes y derechos del individuo en la organización. Discriminación en el empleo.

6. LA ÉTICA DEL MARKETING

El Marketing y la Ética. Teorías éticas aplicadas al Marketing. Principales críticas al marketing. Criterios éticos de orientación para las 4 "P".

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Schwarstein, L.(2003). ***La inteligencia social de las organizaciones***. Paidós.

Velásquez, M. (2000). ***Etica en los negocios***. Prentice Hall.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Aristóteles, (1993). *Ética nicomaquea*. Gredos,
- Barroso, A. (1985). *Ética profesional*. Mitre.
- Cortina, A. (1994). *La ética de la empresa*. Trotta.
- Gilligan, C. (1998). Remapping the moral Domain. *Reconstructing individualism*. Stanford University Press.
- Habermas, J. (1992). Modernidad versus postmodernidad. *La modernidad, un proyecto inconcluso*. Siglo XXI Editores.
- Kant, I. (1998). *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*. Porrúa.
- Kant, I. (1970). ¿Qué es la ilustración? *Filosofía de la historia*. Emilio Estiú.
- Michelé, R. (1998). *Los códigos de ética en las empresas*. Granica
- Mill, J. S. (1984). *El utilitarismo*. Alianza.
- Padilla, M. (1992). *Lecciones sobre derechos humanos y garantías*. Abeledo-Perrot.
- Petrella, R. (1996). *Los límites a la competitividad*. Sudamericana

METODOLOGÍA

Las Unidades Temáticas serán elaboradas sobre la base de las siguientes estrategias de trabajo:

- Exposición dialogada.
- Resolución de Casos Dilemáticos emergentes de la problemática empresarial actual.
- Debates grupales sobre los contenidos temáticos propuestos, fundamentando las opiniones en relación a la teoría.
- Elaboración de Guías de Estudio Dirigido.
- Discusión y resolución de problemas.

EVALUACIÓN: APROBACIÓN DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

Para la aprobación de la asignatura cada alumno requerirá:

- Asistencia obligatoria al 75% de las clases.
- Logro de los Objetivos Generales de la Asignatura.
- Cumplimiento de las consignas de los Trabajos Prácticos propuestos para lograr la integración Teoría-Praxis.

Se considerará obligatorio, por lo menos, 1 (un) Trabajo Práctico por cada Unidad Temática. La evaluación individual se completará a través de 2 (dos) Exámenes Parciales con la modalidad de resolución de una guía de estudio dirigido con actividades individuales y grupales y parcial individual, escrito.

EVALUACIÓN FINAL: REGIMEN DE APROBACIÓN DE LA MATERIA

Examen final oral y/o escrito individual.

NILDA E. ROBLES
Directora de Departamento



MARIANA ORTEGA
Secretaria Académica