



UNIVERSIDAD FERMIN TORO
VICE RECTORADO ACADEMICO
DECANATO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

Nombre de la asignatura:				Código	Trimestre	U.C.	Pre - Requisito
ETICA EMPRESARIAL				EEM-339		3	S/P
Tipo de Asignatura:	Nivelatoria	Obligatoria	Electiva	DENSIDAD HORARIA			
				H.T	H.P/H.L	H.A	THS/Trim
					--	--	
Fecha de elaboración	Revisado por			AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO			
	UNIDAD CURRICULAR	DECANATO		(FIRMA Y SELLO)			
Enero, 2009							
Fecha de última revisión							
Enero, 2009							

FUNDAMENTACION

La ética podemos definirla como la teoría o ciencia del comportamiento moral de los hombres en sociedad (Sánchez, 1979); la cual está condicionada por el enfoque conceptual, filosófico, histórico, cultural y social del ámbito y el acto que se quiere estudiar. Es decir, que hay que considerar los hechos, valores, principios y normas en un momento dado de acuerdo a las circunstancias o condiciones en las cuales ocurre el hecho que nos interesa estudiar. (Mariño, 2004).

De tal manera que la existencia de normas o de regulación no implica la aceptación externa de las mismas sino una aceptación íntima y voluntaria (consciente) que sea congruente con sus propios intereses y los del colectivo. La relación aunque libre y consciente, también está condicionada social e históricamente. Esta relación determina al individuo y a la comunidad y por tanto, la conciencia, libertad, responsabilidad y las decisiones personales. En pocas palabras... la conciencia moral obliga actuar responsablemente con el conocimiento ético de que se dispone en una determinada cultura y tiempo histórico.

Una empresa éticamente impecable se caracteriza por la agilidad y la iniciativa, por el fomento de la cooperación entre sus miembros, ya que a todos mueve un interés común, por la solidaridad al alza, por el nesgo razonable, por la corresponsabilidad y todo ello dentro de un marco de justicia (Cortina, 1994). Por lo tanto, una organización que fundamente sus acciones en principios éticos y morales establece la libertad de acción necesaria que genere no solo los beneficios de distinta naturaleza que tiene para con todos sus integrantes sino además, el grado de responsabilidad social que debe cumplir en la sociedad.

- I. Unidad: Orígenes de la Ética.
- II. Unidad: La Ética en la Empresa.
- III. Unidad: La Ética en la Cultura Organizacional.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Analizar el significado e importancia del respeto a los valores éticos, como el sustento primario de la actividad de negocios y como componente básico de la Cultural Organizacional de la Empresa.

UNIDAD I		OBJETIVO TERMINAL	
ORIGENES DE LA ÉTICA		ANALIZAR LOS ORÍGENES Y LA HISTORIA DE LA ÉTICA Y SU APLICABILIDAD EN EL COMPORTAMIENTO DEL SER HUMANO EN LA SOCIEDAD.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
20%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Relacionar la Ética con la Moral, Religión, Derecho y Política. 2. Estudiar las Teorías Éticas comparando las diferencias entre la Ética Utilitaria y Deontología.	• Orígenes de la Ética. • Principios del comportamiento ético. • La conciencia como dimensión ética de la sociedad. • Relación de la ética con la moral, el derecho, la religión y la política. • Teorías Éticas y Modelos de Decisiones de Conducta Política: Teoría Utilitaria, teoría basada en los Derecho y Teoría de la Justicia.	• Análisis de Lectura. • Discusiones dirigidas.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Talleres. • Ensayo.			

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL	
LA ÉTICA EN LA EMPRESA		INDAGAR LA ÉTICA EN LA EMPRESA COMO PROCESO ADMINISTRATIVO Y GERENCIAL DE VALORES HUMANOS.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
40%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer las herramientas de la Ética en las Empresas. 2. Aplicar casos específicos del comportamiento ético de los Gerentes. 3. Estimular el Compromiso Profesional y Deontológico en la Empresa.	- Herramientas y Lenguaje de la Ética en las Empresas. (Valores, Normas Morales, Derechos, moralidad común y Obligaciones). - Niveles del orden ético en los negocios. - Modelos de Comportamiento en las decisiones de los negocios. - El Comportamiento profesional en la empresa.	- Exposiciones de los estudiantes. - Discusión grupal. - Dilemas morales aplicados a la Ética empresarial.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
- Exposiciones. - Presentación de informes.			

UNIDAD III		OBJETIVO TERMINAL	
LA ETICA EN LA CULTURA ORGANIZACIONAL		APLICAR LA ÉTICA A LA CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA.	
DURACION			
2 SEMANAS			
EVALUACION			
40%			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION	
1. Conocer casos específicos en la aplicación de la Ética en la empresa. 2. Reflexionar sobre el rol de la empresa en la era del Postmodernismo y Relativismo Moral.	• Cultural Organizacional (Valores, actitudes, creencias y normas). • Institucionalización y aplicación de la Ética. • Código de Ética y su instrumentación por un comité formal. • Factores que contribuyen a promover normas éticas. • Auditorias sociales. • El desafío del relativismo ingenuo y cultural. • La Era del vacío o Postmodernismo.	• Estudio de casos. • Lluvias de ideas. • Discusión de lecturas comentadas.	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
• Esquemas y mapas conceptuales. • Trabajo de investigación.			

BIBLIOGRAFIA

Dubric H. **Virtud y Negocio**. Edición Quinto Sistema. Publicsol. Caracas. Venezuela. 2004.

Dubric H. **Ética y Moral Ejecutiva**. Edición Quinto Sistema. Publicsol. Caracas. Venezuela. 2007.

Cortina A. **Ética Empresarial**. Editorial Ariel. España. 1.994.

Koontz H. **Administración**. Editorial Mc Graw Hill. España. 2008.

Stoner J. **Administración**. Editorial Prentice Hill. México. 1996.

Savater F. **Ética Para Amador**. Editorial Ariel. España. 2000.