



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
**CIENCIAS
ECONÓMICAS**

Programa de Asignatura

Carrera:

Licenciatura en Administración

Plan de Estudio (aprobado por ordenanza):

Ord 05/2017-CD y Ord 133/2017-CS

Espacio Curricular:

4530 - Ética y Negocios / Obligatoria

Aprobado por resolución número:

Res. 84/2024- CD

Programa Vigente para ciclo académico:

2024

Profesor Titular (o a cargo de cátedra):

MARTINEZ CINCA, Carlos Diego

Profesores Adjuntos:

SCIVOLETTO, Gonzalo

Jefes de Trabajos Prácticos:

CARAM, Gabriela de los Angeles

Ayudantes de Cátedra:

DONNERSTAG, Guillermo Agustín

Características

Área	Periodo	Formato espacio curricular	Créditos
Humanística	Segundo Cuatrimestre	Taller	6

Requerimiento de tiempo del estudiante:

Horas clases teoría	Horas clases práctica	Subtotal horas clases	Horas de estudio	Horas de trabajo autónomo	Evaluaciones	Total horas asignatura
32	28	60	50	74	8	192

Espacios curriculares correlativos

Filosofía ,

Contenidos

Fundamentos:

La asignatura “Ética y Negocios”, bajo el formato curricular de taller, en el tramo final del CICLO de formación específica del futuro Licenciado en Administración, procura integrar el conjunto de las competencias generales trabajadas a lo largo de la malla curricular desde el horizonte de la ética profesional y a la luz de los principales dilemas que el futuro egresado deberá enfrentar en el mundo de los negocios. En un mundo globalizado de negocios, los problemas éticos mal resueltos influyen generalmente en forma negativa sobre la actitud de los clientes y consumidores hacia las compañías, destruyendo el principal capital que toda organización debe resguardar: la confianza.

Las decisiones que poseen una fuerte carga ética son parte del ejercicio profesional de quienes trabajan en cualquier nivel de una organización. Por consiguiente, la ética en los negocios no es un asunto personal aislado; los códigos, las reglas y la comunicación informal relacionados con el comportamiento responsable se encuentran integrados en las operaciones de la organización. Esto significa que el comportamiento ético constituye una competencia profesional que cualquier persona que se desenvuelva en un ambiente organizacional, pero sobre todo quien tiene responsabilidades ejecutivas y de dirección, debe poseer. La toma de buenas decisiones éticas constituye una habilidad profesional que requiere de un futuro egresado de la Licenciatura en Administración la capacidad de identificar cabalmente los problemas en juego y elegir con rapidez y solvencia moral qué hacer. Por otro lado, un profesional puede actuar en forma indebida sólo con no ser capaz de identificar una situación que implica un problema ético. Un comportamiento ético exige el entendimiento e identificación de los temas, áreas de riesgo y maneras de tomar decisiones en un ambiente organizacional.

Contenidos Mínimos:

Teorías normativas y descriptivas de ética. Ambiente de negocios y aspectos éticos de las decisiones. La estructura y la cultura organizacional y la ética de negocios. Valores personales y conducta; relativismo cultural y ético. Aspectos éticos en las dimensiones de negocios: marketing, personal, tecnología, finanzas, información. El enfoque de los interesados (stakeholders management): características, limitaciones, conflictos de conducta. Códigos de ética: desarrollo e implementación. Responsabilidad social de las empresas: enfoques y prácticas.

Competencias Generales:

Detectar y analizar situaciones problemáticas del campo profesional a fin de elaborar y proponer alternativas de solución

Plantearse preguntas para la investigación, el pensamiento lógico y analítico, el razonamiento y el análisis crítico

Compromiso ético en el trabajo y motivación por la calidad del trabajo

Capacidad para trabajar con otros en equipo con el objetivo de resolver problemas

Capacidad para manejar efectivamente la comunicación en su actuación profesional: habilidad para la presentación oral y escrita de trabajos, ideas e informes

Competencias Específicas:

Capacidad para orientar la organización a la creación de valor a partir de modelos de valoración y riesgo que sean de alto impacto en las decisiones empresariales, teniendo en cuenta los aspectos éticos y culturales del medio en el cual desarrolla su gestión

Capacidad de crear consenso y compromiso para definir, estructurar y ejecutar proyectos de investigación en las diferentes áreas de la administración, buscando el logro de recursos para la

creación de nuevos procesos y/o servicios

Programa de Estudio (detalle unidades de aprendizaje):

Unidad 1: Introducción a la Ética de Negocios

Definición de la Ética de Negocios. Historia y desarrollo de la Ética de Negocios: emergencia, consolidación e institucionalización. Beneficios de la Ética de Negocios.

Ética de negocios como toma de decisiones, como integridad personal y como responsabilidad social. Tres modelos normativos: utilitarismo, deontologismo y ética de la virtud. Crítica del relativismo cultural y ético.

Análisis y resolución de casos.

Unidad 2: Metodología para la toma de decisiones éticas en los negocios

Enfoque del accionista y enfoque de los interesados (stakeholders management): características, alcances y limitaciones. Los conflictos de interés: definición, clasificación y gestión.

Modelo de Pfeiffer y Forsberg para la toma de decisiones éticas en los negocios: esquema y justificación. Diversas aplicaciones del modelo.

Análisis y resolución de casos.

Unidad 3: Ética y cultura corporativa: impacto e implicaciones

El problema ético en las organizaciones. La cultura corporativa: entramado de relaciones entre ética y cultura. Culturas basadas en el cumplimiento y en los valores. Liderazgo ético y cultura corporativa. Liderazgo eficaz y liderazgo ético. Construcción de una cultura corporativa basada en valores. Las regulaciones gubernamentales y la ética en las corporaciones.

Análisis y resolución de casos.

Unidad 4: Negocios y sustentabilidad ambiental

Ética de negocios y valores ambientales. Responsabilidad ambiental en los negocios: el enfoque de mercado, el enfoque regulatorio y el enfoque de la sustentabilidad. Las empresas de “triple impacto”. La defensa de los negocios en una economía sustentable. Principios de un negocio sustentable. La ética del cuidado.

Análisis y resolución de casos.

Metodología

Objetivos y descripción de estrategias pedagógicas por unidad de aprendizaje:

Unidad 1

Que el estudiante sea capaz de:

- Identificar los conceptos fundamentales de la ética normativa y su relación con los negocios y la actividad empresarial y/o organizacional
- Analizar casos y delimitar problemas propiamente éticos de otros de índole jurídica, económica o financiera
- Reconocer en las transformaciones de la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad las preocupaciones que dan origen a la constitución de la Ética de Negocios como campo disciplinar
- Analizar las problemáticas actuales y prever situaciones ligadas a cuestiones éticas en los negocios
- Resolver casos y aplicar las competencias adquiridas.

Estrategias pedagógicas:

1. Estimular la lectura e interpretación de textos de forma individual, grupal y en plenario (en clase)
2. Favorecer la discusión grupal a partir de preguntas disparadoras (thought-provoking) y el análisis de casos reales
3. Invitar a destacados representantes de empresas u organizaciones a participar de una clase en la que puedan mostrar a los estudiantes el impacto y la importancia de la Ética en los Negocios.
4. Proponer la resolución de test de evaluaciones de las competencias específicas trabajadas en el Aula

Unidad 2:

Que el estudiante sea capaz de:

- Explicar la relación entre la ética de negocios y la toma de decisiones.
- Identificar diferentes clases de conflictos de interés que podrían afectar a una organización
- Comprender por qué la teoría de los grupos de interés afecta a la toma de decisiones.
- Reconocer y aplicar los pasos del modelo de Pfeiffer y Forsberg para la toma de decisiones éticas
- Resolver casos y aplicar las competencias adquiridas.

Estrategias pedagógicas

1. Estimular la lectura e interpretación de textos de forma individual, grupal y en plenario (en clase)
2. Favorecer la discusión grupal a partir de preguntas disparadoras (thought-provoking) y el análisis de casos reales
3. Invitar a destacados representantes de empresas u organizaciones a participar de una clase en la que puedan mostrar a los estudiantes el impacto y la importancia de seguir un modelo para la toma de decisiones éticas en los negocios.
4. Proponer la resolución de test de evaluaciones de las competencias específicas trabajadas en el Aula

Unidad 3:

Que el estudiante sea capaz de:

- Definir la cultura corporativa y explicar cómo la cultura corporativa afecta la toma ética de decisiones.
- Exponer las diferencias entre una cultura basada en el cumplimiento y otra sustentada en valores.
- Identificar el papel del liderazgo corporativo en el establecimiento de la cultura, diferenciando entre líderes eficaces y líderes éticos.
- Reconocer diversos procedimientos en el sector público y en el sector privado para integrar y consolidar la ética en las organizaciones.
- Resolver casos y aplicar las competencias adquiridas.

Estrategias pedagógicas

1. Estimular la lectura e interpretación de textos de forma individual, grupal y en plenario (en clase)
2. Favorecer la discusión grupal a partir de preguntas disparadoras (thought-provoking) y el análisis de casos reales
3. Invitar a destacados representantes de empresas u organizaciones a participar de una clase en la que puedan mostrar a los estudiantes el impacto y la importancia de la cultura corporativa en la toma de decisiones.
4. Proponer la resolución de test de evaluaciones de las competencias específicas trabajadas en el Aula

Unidad 4:

Que el estudiante sea capaz de:

- Explicar la forma en que los retos ambientales pueden crear oportunidades de negocios.
- Describir un rango de valores que juegan un papel en la toma ambiental de decisiones.
- Explicar la diferencia entre políticas ambientales basadas en el mercado y las basadas en las regulaciones, describiendo las responsabilidades ambientales de las compañías que emanan de cada enfoque.
- Definir y describir el desarrollo sustentable y la empresa sustentable, identificando oportunidades de negocios asociadas con la tendencia a moverse hacia la sustentabilidad.
- Resolver casos aplicando las competencias adquiridas.

Estrategias pedagógicas

1. Estimular la lectura e interpretación de textos de forma individual, grupal y en plenario (en clase)
2. Favorecer la discusión grupal a partir de preguntas disparadoras (thought-provoking) y el análisis de casos reales
3. Invitar a destacados representantes de empresas u organizaciones de “triple impacto” a participar de una clase en la que puedan mostrar a los estudiantes el impacto y la importancia de la sustentabilidad ambiental en la toma de decisiones.
4. Proponer la resolución de test de evaluaciones de las competencias específicas trabajadas en el Aula

Carga Horaria por unidad de aprendizaje:

Unidad	Horas teóricas	Horas de trabajos prácticos	Horas de actividades de formación práctica	Horas de estudio	Horas de trabajo autónomo	Evaluaciones
1	8	3	4	14	20	2
2	8	3	4	12	18	2
3	8	3	4	12	18	2
4	8	3	4	12	18	2

Programa de trabajos prácticos y/o aplicaciones:

El presente cronograma de trabajos prácticos planifica la distribución 1 (un) trabajo práctico por cada una de las unidades de aprendizaje sobre un presupuesto 13 (trece) semanas de clases con 4 horas de trabajo áulico por semana, todo ello en función del Calendario Académico 2023 aprobado por Resolución N° 182/22-CD.

1º Trabajo Práctico: al finalizar la cuarta semana de cursado. Lectura, análisis grupal y resolución individual de un caso práctico integrador de los tres modelos normativos: utilitarismo,

deontologismo, ética de la virtud.

2º Trabajo Práctico: al finalizar la séptima semana de cursado. Lectura, análisis grupal y resolución individual de un caso práctico para aplicar el modelo de Pfeiffer y Forsberg para la toma de decisiones éticas.

3º Trabajo Práctico: al finalizar la décima semana de cursado. Lectura, análisis grupal y resolución individual de un caso práctico de conflicto entre ética y cultura corporativa.

4º Trabajo Práctico: al finalizar la decimatercera semana de cursado. Lectura, análisis grupal y resolución individual de un caso práctico de ética ambiental, sustentabilidad y triple impacto.

Bibliografía (Obligatoria y Complementaria):

Unidad 1:

Obligatoria:

1) FERRELL, O.C. - FRAEDRICH, J. - FERRELL, L. Ética en los negocios: casos y toma de decisiones. México D.F., Cengage Learning Inc., 2017 (Capítulo 1)

2) HARTMAN, L. - DESJARDINS, J. - ESPINOZA, F. Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal. México D.F., McGRAW-HILL, 2013 (Capítulo 1 y 2)

Complementaria:

1. SANDEL, M. Justicia. ¿Hacemos lo que debemos? Barcelona, debate. 2011 (Capítulo 1)

2. VILLARÁN, A. La ética de los conflictos de interés en los negocios. Una introducción. Lima, Universidad del Pacífico, 2022 (Capítulo 1).

3. VELASQUEZ, M. Ética en los negocios. Conceptos y casos. México, Pearson, 2012 (Capítulo 1)

Unidad 2:

Obligatoria

1) VILLARÁN, A. La ética de los conflictos de interés en los negocios. Una introducción. Lima, Universidad del Pacífico, 2022 (Capítulo 3-6).

2) HARTMAN, L. - DESJARDINS, J. - ESPINOZA, F. Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal. México D.F., McGRAW-HILL, 2013 (Capítulo 3)

Complementaria:

1. FERRELL, O.C. - FRAEDRICH, J. - FERRELL, L. Ética en los negocios: casos y toma de decisiones. México D.F., Cengage Learning Inc., 2017 (Capítulo 2 y 5)

Unidad 3:

Obligatoria

1) HARTMAN, L. - DESJARDINS, J. - ESPINOZA, F. Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal. México D.F., McGRAW-HILL, 2013 (Capítulo 4)

Complementaria:

1. FERRELL, O.C. - FRAEDRICH, J. - FERRELL, L. Ética en los negocios: casos y toma de decisiones. México D.F., Cengage Learning Inc., 2017 (Capítulo 7)

Unidad 4:

Obligatoria:

1. HARTMAN, L. - DESJARDINS, J. - ESPINOZA, F. Ética en los negocios. Decisiones éticas para la responsabilidad social e integridad personal. México D.F., McGRAW-HILL, 2013 (Capítulo 9)

Complementaria:

1) VELASQUEZ, M. Ética en los negocios. Conceptos y casos. México, Pearson, 2012 (Capítulo 5)

2) FERRELL, O.C. - FRAEDRICH, J. - FERRELL, L. Ética en los negocios: casos y toma de decisiones.

Metodología de enseñanza y aprendizaje:

Dado el formato curricular de taller, las clases serán teórico-prácticas con trabajo en el aula. Dependiendo del número de cursantes, las clases teóricas podrán ser expositivo-coloquiales, estimulando la participación del estudiante en ellas. En las clases teóricas se desarrollarán los temas troncales y de mayor dificultad del programa. Las clases prácticas tendrán como eje central la lectura y comentario de textos seleccionados por la cátedra, fomentando el diálogo, la ejercitación del juicio crítico y el seguimiento y verificación del aprendizaje por parte del estudiante. Los estudiantes tendrán acceso anticipadamente a los textos y deberán realizar la lectura de los casos prácticos seleccionados antes del dictado de la clase.

En el proceso de enseñanza-aprendizaje se emplearán diversas estrategias didácticas orientadas al desarrollo de las competencias antes identificadas. A tal efecto, las actividades previstas para el desarrollo de contenidos y para la formación de competencias incluirán la problematización (con foco en la formulación de interrogantes éticos en el mundo de los negocios), la conceptualización crítica (con atención a categorías teóricas que se definen con precisión al interior de cada estándar ético) y experiencias de reflexión en vistas a una determinada producción, a saber: un desarrollo argumentativo oral, un texto breve, una red conceptual, una reseña, un ensayo de solución a un dilema ético.

En la medida en que el tiempo y los recursos informáticos lo permitan, la cátedra organizará una jornada de cine-debate abierta a todo el estudiantado para la reflexión y discusión de alguna problemática ética medular del programa de la asignatura vinculada al mundo de los negocios.

Sistema y criterios de evaluación

La asignatura tiene formato curricular de taller, lo que implica -entre otros aspectos- un sistema de evaluación formativa de competencias, por procesos, de carácter continuo y permanente (Ord. 108/10-C.S.).

A tal fin, se promoverá la participación permanente del estudiante en clase, y la asistencia a las clases prácticas (que serán obligatorias) en las que se trabajarán y evaluarán las competencias adquiridas.

Se tomarán 4 (cuatro) casos prácticos que servirán como exámenes parciales de competencias. Habrá 1 (un) examen recuperatorio para cada caso práctico, en que el estudiante podrá recuperar cualquiera de los casos prácticos que hubiere desaprobado.

En la evaluación continua y permanente del proceso de enseñanza-aprendizaje se tendrán en cuenta los siguientes criterios:

1. El uso correcto de los términos técnicos y su adecuado uso sintáctico y morfológico.
2. La correcta interpretación de los textos obligatorios.
3. El rigor lógico y argumentativo, la ausencia de contradicciones, la fundamentación adecuada de las respuestas (teniendo en cuenta argumentos y contra-argumentos).
4. La correcta contextualización y ubicación espacio-temporal de problemas y autores.
5. La coherencia en la exposición y desarrollo de las soluciones propuestas a los problemas planteados.

Requisitos para obtener la regularidad

Para alcanzar la condición de regular se requerirá la aprobación de al menos 3 (tres) de los 4 (cuatro) casos prácticos previstos (uno por cada unidad de aprendizaje) que servirán como evaluaciones parciales.

En caso de haber desaprobado 1 (un) caso práctico, se podrá recuperar en la fecha prevista en los respectivos acuerdos de microprogramación celebrados con las asignaturas que se dictan en el

mismo año del plan de estudio y cuatrimestre. Para aprobar cualquier instancia de evaluación (casos prácticos y recuperatorios) se deberá alcanzar el 60% del puntaje total (60% = 6) como mínimo.

Evaluación Integradora:

El estudiante que no haya alcanzado la regularidad durante el cursado podrá rendir un examen integrador sobre la totalidad de los temas dictados y evaluados durante el desarrollo de la asignatura, en la hora y fecha prevista para el primer examen final inmediato posterior al dictado de la asignatura. Se aprobará con 60% del puntaje total. Ord. 18/03 CD y modif.

Requisitos para aprobación

La asignatura podrá ser aprobada mediante promoción directa. Para ello el estudiante deberá aprobar los 4 (cuatro) casos prácticos que se tomarán al finalizar cada unidad de aprendizaje. Se podrá trabajar en equipo (hasta 4 cuatro estudiantes por equipo). Para la promoción directa no se tendrá en cuenta la opción de ningún recuperatorio.

Evaluación final para alumnos regulares:

El examen será oral, con preparación de tema especial elegido por el alumno, previamente consensuado con el Equipo de Cátedra. y deberá presentar, además, un protocolo final de toma de decisiones para la resolución de un problema ético en el mundo de los negocios. El protocolo final consistirá en la presentación de un dilema típico y propio de la ética de negocios junto con su posible solución, aplicando las competencias aprendidas durante el cursado. En caso de que hubiere más de cinco estudiantes inscriptos el examen podrá ser escrito y se aprobará, en cualquier caso, con el 60% del puntaje total.

Evaluación para alumnos libres

Los estudiantes libres deberán rendir dos evaluaciones: una ESCRITA, de carácter eliminatorio, que se aprobará con el 60% del puntaje total, sobre la totalidad de los contenidos del programa.

Aprobada la evaluación escrita se tomará un examen ORAL, con opción de tema especial elegido por el estudiante.

Calificación final (Ord. 108/10-CS)

La calificación final del alumno podrá incluir una ponderación a su favor por su desempeño durante el proceso de enseñanza-aprendizaje (participación en clases, desempeño en los trabajos prácticos, actividades en el Aula Virtual). Dicha calificación seguirá la siguiente escala de corrección, aplicable también a los exámenes parciales:

NO APROBADO

1-12 = 1

13-24 = 2

25-35 = 3

36-47 = 4

48-59 = 5

APROBADO

60-64 = 6

65-74 = 7

75-84 = 8

85-94 = 9

95-100 = 10