



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Ética para los negocios
CÓDIGO	:	AH22
CICLO	:	201501
CUERPO ACADÉMICO	:	Alarcón Centti, José Nolberto Calvo Córdova, José Antonio Fernández Concha, Rafael Alejandro Llanos Tarazona, Sandra Jesús Rapún Ruiz De Dominguez, Ana Isabel Tejeda Blua, Carlos Alberto Ugaz Vallenias, Ricardo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	15
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Administración y Recursos Humanos

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

A lo largo del curso, los alumnos conocerán y discutirán los fundamentos de la ética para los negocios, las razones del aumento de la importancia que este campo ha tenido en los últimos años, los modelos básicos de sostenibilidad, responsabilidad corporativa, responsabilidad social empresarial y ciudadanía corporativa. El curso presenta los modelos teóricos y prácticos de la toma de decisiones ética, así como el efecto de los factores personales y situacionales sobre la misma. Se introducen las herramientas para la gestión ética en las empresas, con especial énfasis en los reportes de sostenibilidad y responsabilidad social. Finalmente, el alumno conocerá el modelo de manejo de los dilemas éticos empresariales de Joseph Badaracco y los aplicará a diversas situaciones.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

El alumno brinda información que sustente la importancia de una gestión ética en la empresa, aplica las teorías que orientan y explican el proceder ético organizacional, analiza las dimensiones de la responsabilidad empresarial y la ciudadanía corporativa que están presentes en el quehacer empresarial, propone el uso de herramientas concretas para la gestión ética empresarial y resuelve dilemas éticos en forma consistente y sin sacrificar la integridad del negocio.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN A LA ÉTICA PARA LOS NEGOCIOS

LOGRO

El alumno identifica las cuestiones éticas comprendidas en una situación de negocios, distingue sus aspectos legales, morales y éticos, e identifica los impactos éticos más importantes que involucra, incluyendo el de la globalización y la sostenibilidad.

TEMARIO

- La ética para los negocios.
- La relación entre la ética para los negocios y la ley.
- Conceptos de moralidad, ética y teoría ética.
- La importancia de la ética para los negocios en la gerencia de las organizaciones.
- El impacto de la globalización y la sostenibilidad en la ética para los negocios.
- Enfoques en la ética para los negocios.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 1 y 2

UNIDAD N°: 2 ESQUEMA DE LA ÉTICA PARA LOS NEGOCIOS

LOGRO

El alumno establece y sustenta la responsabilidad corporativa en una situación de negocios, identifica los stakeholders con los que la organización comparte intereses y propone medidas para establecer una estrategia sostenible de ciudadanía corporativa.

TEMARIO

- La responsabilidad de las corporaciones.
- Nociones de responsabilidad social corporativa.
- La teoría de los stakeholders.
- Responsabilidad corporativa y rol político.
- La Ciudadanía Corporativa.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 3 y 4

UNIDAD N°: 3 TEORÍAS ÉTICAS NORMATIVAS PARA LOS NEGOCIOS

LOGRO

El alumno determina y justifica el modo en que debe actuar éticamente en situaciones de negocios.

TEMARIO

- El rol de las teorías en la ética para los negocios.
- Teorías consecuencialistas: el Egoísmo (Adam Smith) y el Utilitarismo.
- Teorías no consecuencialistas: La ética de los deberes, la ética de los derechos, la teoría de la justicia.
- Nuevos enfoques: la ética feminista.
- Enfoque ecléctico.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 5 y 6

UNIDAD N°: 4 TEORÍAS DESCRIPTIVAS DE LA ÉTICA PARA LOS NEGOCIOS

LOGRO

El alumno explica las decisiones tomadas por personas en situaciones éticas de negocios mediante el análisis de los factores individuales y situacionales que intervienen en ellas.

TEMARIO

- Modelos que describen la toma de decisiones éticas.
- Variables individuales que intervienen en la toma de decisiones ética: cultura nacional, desarrollo cognitivo moral, integridad personal, imaginación moral.
- Factores situacionales: relacionados al tema (variables de intensidad moral, esquema moral); relacionados al contexto (sistema de recompensas, burocracia, roles en el trabajo).

En la semana 8 se aplica la evaluación parcial y se entrega la retroinformación correspondiente.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 7, 8 y 9

UNIDAD N°: 5 HERRAMIENTAS GERENCIALES DE LA ÉTICA PARA LOS NEGOCIOS

LOGRO

El alumno analiza situaciones de negocios e identifica el impacto que puede lograr en ellas mediante el uso de los principales recursos gerenciales disponibles para asegurar la ética corporativa.

TEMARIO

- Enunciados de visión y misión corporativa.
- Códigos de ética y de conducta corporativa.
- Canales de reporte y consulta.
- Comités éticos.
- Consultores éticos.
- Formación y entrenamiento en ética.
- Diálogo con los stakeholders.
- Auditoría, contaduría y reportes.
- Elaboración de las memorias de sostenibilidad.
- Seguimiento de la norma SA8000.
- Elaboración de Memorias de Responsabilidad Social.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 10 Y 11

UNIDAD N°: 6 EL MANEJO DE LOS DILEMAS ÉTICOS EMPRESARIALES

LOGRO

El alumno analiza dilemas éticos empresariales y decide las acciones para manejarlos de manera consistente y sin sacrificar la integridad del negocio.

TEMARIO

- Manos sucias.
- El desafío de los dilemas ¿correcto vs. correcto?

- Dilemas personales.
- Dilemas organizacionales.
- Dilemas supra organizacionales.

HORA(S) / SEMANA(S)

SEMANAS 12, 13, 14 Y 15

VI. METODOLOGÍA

Por su naturaleza, el curso requiere de la participación activa y permanente de los alumnos, Se trata de reflexionar a partir de diversos dilemas y situaciones que faciliten el aprendizaje de los estudiantes y los motive a descubrir la importancia que tienen para su vida personal y profesional los temas tratados.

Una vez tomada la lista de asistencia al inicio de la clase, se considerará a los alumnos ausentes como inasistentes. Los que lleguen más tarde podrán entrar a clase pero no serán considerados como asistentes.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$10\% (TA1) + 15\% (EA1) + 15\% (CL1) + 10\% (TA2) + 20\% (TA3) + 15\% (PA1) + 15\% (EB1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
EA - EVALUACIÓN PARCIAL	15
CL - CONTROL DE LECTURA	15
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	20
PA - PARTICIPACIÓN	15
EB - EVALUACIÓN FINAL	15

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 5		NO
EA	EVALUACIÓN PARCIAL	1	Semana 8		SÍ
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 10		NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	Semana 11		NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	3	Semana 14		NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 15		NO
EB	EVALUACIÓN FINAL	1	Semana 16		SÍ

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

BADARACCO, Joseph , Jr. (1997) Defining moments : when managers must choose between right and right. Boston, MA : Harvard Business School Press.

(658.4094 BADA)

CRANE, Andrew (2007) Business ethics : managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. New York : Oxford University Press.

(174.4 CRAN/B)

SINGER, Peter (1995) *Ética para vivir mejor*. Barcelona : Ariel.
(170 SING)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

BECK, Ulrich, comp. (1999) *Hijos de la libertad*. Buenos Aires : Fondo de Cultura Económica de Argentina.
(302.5 BECK)

BRISCH, Douglas, ed. (1994) *The Ford Pinto case : a study in applied ethics, business, and technology*. Albany, NY : State University of New York Press.
(174.4 BIRS)

COHEN, Diana (2006) *Inteligencia Ética para la Vida Cotidiana*..

GAUTHIER, David P. (1998) *Egoísmo, moralidad y sociedad liberal*. Barcelona : Paidós : ICE de la Universidad Autónoma de Barcelona.
(128.33 GAUT)

GILLIGAN, Carol (1994) *La moral y la teoría : psicología del desarrollo femenino*. México, D.F : Fondo de Cultura Económica.
(155.633 GILL)

GINI, Al, ed. (2005) *Case studies in business ethics*. Upper Saddle River, NJ : Pearson Prentice Hall.
(174.4 GINI)

HEAL, Geoffrey (2008) *When principles pay : corporate social responsibility and the bottom line*. New York : Columbia Business School Pub.
(658.408 HEAL)

JENNINGS, Marianne Moody (2006) *Business ethics : case studies and selected readings*. Mason, Ohio : Thomson.
(174.4 JENN)

MC MAHON, J.; HARVEY, R (2007) *The Effect of Moral Intensity on Ethical Judgment*..

MILL, John Stuart (2002) *El utilitarismo : un sistema de la lógica (libro VI, capítulo XII)*. Madrid : Alianza Editorial .
(144.6 MILL)

O FALLON, Michael; BUTTERFIELD, Keneth (2005) *A Review of the Empirical Ethical Decision-Making Literature*..

PAINTER-MORLAND, Mollie (2008) *Business ethics as practice : ethics as the everyday business of business*. Cambridge, UK ; New York : Cambridge University Press.
(174.4 PAIN)

SOTO PINEDA, Eduardo; CÁRDENAS MARROQUÍN, José Antonio (2007) *Ética en las Organizaciones*..

SISON, Alejo José G. (2004) *Liderazgo y capital moral*. Madrid : McGraw-Hill.
(658.4092 SISO)

SOLOMON, Robert (1999) *Nuevas reflexiones acerca de las organizaciones de negocios : el éxito basado en la integridad de las personas*. México, D.F : Oxford University Press.
(658.4094 SOLO)

STERBA, James P., ed. (1998) *Ethics : the big questions*. Malden, Mass. : Blackwell.
(170 STER)

TREVIÑO, Linda Klebe (2007) *Managing business ethics : straight talk about how to do it right*. Hoboken, NJ : Wiley.

(174.4 TREV)

VELASQUEZ, Manuel G. (2006) *Ética en los negocios : conceptos y casos*. México, D. F. : Pearson Educación.

(174.4 VELA)

ZADEK, S. ; RAYNARD, P. ; OLIVEIRA, C.; MACGILLIVRAY, A (2006) *Competitividad Responsable. La reformulación de los mercados globales a través de las prácticas empresariales..*