



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Ética y Responsabilidad Social Empresarial
CÓDIGO	:	AH45
CICLO	:	201602
CUERPO ACADÉMICO	:	Calvo Córdova, José Antonio García Blásquez López, Javier Llanos Tarazona, Sandra Jesús Rapún Ruiz De Dominguez, Ana Isabel
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
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

Ética y Responsabilidad Social Empresarial es un curso transversal en la Facultad de Negocios, de carácter teórico y práctico y está dirigido a los estudiantes del décimo ciclo. Esta asignatura enfatiza el desarrollo de la competencia genérica de la UPC, Ciudadanía en el nivel 3, y la competencia específica de la Facultad, Dirección de Personas, en nivel 3.

A lo largo del curso, el estudiante conocerá el modelo del manejo de los dilemas éticos empresariales de Joseph Badaracco y lo aplicará a diversas situaciones. Igualmente, se familiarizará con las herramientas necesarias para la gestión ética en las empresas, con especial énfasis en la herramienta de Mapeo Stakeholders y la ISO 26000 de Responsabilidad Social. Este curso está diseñado para que el estudiante conozca y discuta los fundamentos de la ética para los negocios, las razones de la creciente importancia que este campo ha tenido en los últimos años, las principales teorías que orientan la toma de decisiones y los modelos básicos de sostenibilidad, responsabilidad social empresarial y ciudadanía corporativa.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante resuelve dilemas éticos en forma consistente siguiendo los principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un modelo de gestión ética empresarial demostrando respeto e integridad en el negocio.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

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

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante plantea usos pertinentes de los diferentes recursos gerenciales que permiten intervenir en las actuaciones éticas corporativas, considerando los impactos éticos más importantes en una situación de negocios.

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.
- Herramientas gerenciales de la ética para los negocios.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1, 2 y 3

UNIDAD N°: 2 TEORÍAS ÉTICAS NORMATIVAS PARA LOS NEGOCIOS**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante determina el modo en que debe actuar éticamente en situaciones de negocios basándose en las teorías éticas normativas.

TEMARIO

- El rol de las teorías en la ética para los negocios.
- Relativismo, absolutismo y pluralismo.
- 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.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 4, 5 y 6

UNIDAD N°: 3 EL MANEJO DE LOS DILEMAS ÉTICOS EMPRESARIALES**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante identifica los dilemas éticos empresariales, cuestionando el modelo de Badaracco y eligiendo acciones que resuelvan los dilemas de manera consistente y sin sacrificar la integridad del negocio.

TEMARIO

- Elementos para la valoración ética de una acción.
- El desafío de los dilemas ¿correcto vs. correcto.
- Dilemas personales.
- Dilemas organizacionales.
- Dilemas supra organizacionales.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 7, 9, 10 y 11

UNIDAD N°: 4 GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta las diferentes formas en que puede aplicarse la RSE para gestionar los

impactos de la empresa en la sociedad.

TEMARIO

- Desarrollo Sostenible.
- RSE (Conceptos básicos, evolución, planeamiento estratégico, funciones y beneficios, rol del estado). Filantropía e inversión social.
- Materialidad.
- Stakeholders interno (gobierno corporativo y colaboradores, discapacidad, accesibilidad y diseño universal).
- Stakeholders externo (comunidad y medio ambiente).
- Mapeo de Stakeholders y análisis de expectativas.
- Principales iniciativas: Pacto Mundial, ISO 26000, Global Reporting Initiative GRI.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 12, 13, 14 y 15

VI. METODOLOGÍA

El curso consta de 14 sesiones. Dado que tiene un formato semipresencial (blended), se tienen 3 horas semanales: 2 horas de clases presenciales y 1 hora de trabajo virtual, por lo que es indispensable la participación constante del estudiante en todas las sesiones.

El curso promueve el aprendizaje activo en los estudiantes en las actividades de cada semana, ya sea a través de lecturas, discusiones de casos aplicativos, el desarrollo de trabajo prácticos y la participación en foros de discusión.

Durante las sesiones virtuales, el Aula Virtual es la herramienta primordial de comunicación a través del cual el estudiante podrá acceder a los materiales de clase y mantenerse informado de todas las actividades a realizar en el curso.

Asimismo, el curso tiene un enfoque integrador, por lo tanto, incluirá el desarrollo de dos trabajos grupales en los cuales los estudiantes investigarán las mejores prácticas de Ética y Responsabilidad Social Empresarial y un control de lectura. Siendo el docente la pieza clave para este proceso de aprendizaje, cumple con el rol de promover un ambiente colaborativo a través del diálogo, el respeto y la reflexión, partiendo del conocimiento previo y las fortalezas de los estudiantes para generar nuevas capacidades y desarrollar las competencias asociadas al curso.

Sobre la probidad académica:

La investigación y producción intelectual es altamente valorada por la UPC. Por ello, se considera fundamental la creación original del alumno en todo tipo de trabajo académico. En este sentido, el Reglamento de Disciplina de la UPC sanciona aquellas situaciones que atentan contra la honestidad académica: copiar un trabajo académico o cualquier tipo de evaluación, presentar el trabajo de otro alumno como si fuera propio, no incluir la debida cita al utilizar una fuente bibliográfica, falsear la información, entre otros casos.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

15% (CL1) + 10% (DD1) + 20% (TP1) + 10% (TA1) + 10% (DD2) + 20% (TF1) + 15% (TA2)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	15
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	10
TP - TRABAJO PARCIAL	20
TA - TAREAS ACADÉMICAS	10
TA - TAREAS ACADÉMICAS	15
DD - EVAL. DE DESEMPEÑO	10
TF - TRABAJO FINAL	20

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 5	Prueba objetiva sobre las lecturas de las unidades 1 y 2.	NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	1	Semana 7	Participación y desempeño en las actividades virtuales.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Elaboración grupal de un caso de la realidad nacional con implicancias éticas.	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	1	Semana 12	Resolución individual de un caso ético.	NO
TA	TAREAS ACADÉMICAS	2	Semana 14	Mapeo de stakeholders y Mapeo de expectativas en una empresa Socialmente Responsable.	NO
DD	EVAL. DE DESEMPEÑO	2	Semana 15	Participación y desempeño en las actividades virtuales.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Investigación grupal sobre dilemas éticos y aplicación de herramientas de RSE en un tema de actualidad.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

BADARACCO, Joseph (1997) Defining moments : when managers must choose between right and right. Boston, Massachusetts : Harvard Business School Press.
(658.4094 BADA)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

BAUMAN, Zygmunt (2014) ¿La riqueza de unos pocos nos beneficia a todos?. 1a Edición. Barcelona.

CRANE, Andrew (2010) Business ethics : managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization. Oxford ; New York : Oxford University Press.

(174.4 CRAN/B 2010)

GUILLÉN PARRA, Manuel (2006) Etica en las organizaciones construyendo confianza. Madrid : Pearson Educación.

(174.4 GUIL)

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (PERÚ). (2010) Guía de responsabilidad social : guidance of social responsibility. Lima : INDECOPI.

(REF 658.408 INDE)

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

(144.6 MILL)

PORTER, M. y KRAMER, M. (2011) La Creación de Valor Compartido,

SISON, Alejo José G.Pimentel Igea, Aurora (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)

TREVIÑO, Linda KlebeNelson, Katherine A. (2007) Managing business ethics : straight talk about how to do it right. Hoboken, New Jersey : Wiley.

(174.4 TREV)

WEISS Joseph W.Velázquez Arellano, Jorge Alberto y OCAMPO MALAGAMBA, Mariel (2006) Ética en los negocios : un enfoque de administración de los stakeholders y de casos. México, D.F. : Thomson.

(174.4 WEIS)