



GUÍA DOCENTE 2016-2017
Ética y Responsabilidad

1. Denominación de la asignatura:

Ética y Responsabilidad

Titulación

Master Universitario en Administración de Empresas

Código

7086

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Liderazgo Estratégico

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Economía y Administración de Empresas

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Carlos Larrinaga (carlos.larrinaga@ubu.es), despacho 2066, 947 25 90 39; PRAS
pendiente de contratación

4.b Coordinador de la asignatura

Carlos Larrinaga

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

2º-3º

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

4

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

G1 - Liderazgo. Comprensión y aplicación del liderazgo estratégico para transformar organizaciones. Creatividad, rigor intelectual, independencia e iniciativa personal y profesional para proponer y emprender proyectos. Independencia y capacidad de actuar de forma autónoma

G2 - Aprendizaje continuo. Integración de nuevos conocimientos con la experiencia y el aprendizaje previo. Capacidad de integrar experiencia profesional previa y los conocimientos adquiridos de forma autodirigida y autónoma para la resolución de situaciones complejas.

G3 - Apreciación del entorno. Comprensión de las organizaciones y del contexto en el que operan. Comprender y tener experiencia sobre nuevos contextos, culturas diversas, cuestiones de naturaleza global y entornos cambiantes. Capacidad de aplicar capacidades estratégicas avanzadas en contextos nuevos, cambiantes, globalizados o multidisciplinares.

G4 - Capacidad de pensamiento holístico. Capacidad de reflexión a partir de la integración de aprendizajes en diferentes áreas para saber abordar situaciones complejas de manera holística.

G5 - Habilidades interpersonales. Habilidades interpersonales que permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos en todos los niveles y con experiencias culturales y disciplinares diversas. Capacidad para la organización, planificación y gestión de los recursos y el trabajo en equipo.



G6 - Compromiso ético y reflexión sobre la responsabilidad con la sociedad y el desarrollo sostenible, incluyendo aspectos como la igualdad entre mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad y la promoción de una cultura de paz y valores democráticos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

E3 - Comprender el comportamiento organizativo, capacidad de gestionar personas y de comunicación interpersonal

E7 - Capacidad para responder y gestionar los cambios.

E8 - Diseñar e implementar la política y estrategia de la empresa.

9. Programa de la asignatura

9.1- Objetivos docentes

Las empresas de negocios son parte de una sociedad pluralista constituida por grupos de interés que persiguen diferentes objetivos que a veces son antagónicos. Esto hace que los directivos de las empresas se enfrenten frecuentemente a dilemas éticos cuando toman decisiones que deben dar respuesta a objetivos de diferentes grupos de interés. A través del estudio de casos reales y actuales, esta materia proporciona un marco para reflexionar sobre las implicaciones éticas de las decisiones empresariales y sobre cómo se pueden implementar y transformar estrategias para promover la responsabilidad social de las organizaciones y crear valor económico, medioambiental y social.

Objetivos docentes

- 1- Tomar conciencia del papel que juegan las organizaciones en la sociedad y en el desarrollo sostenible.
- 2- Explorar las implicaciones éticas del liderazgo y los medios para promover la responsabilidad social de las organizaciones.
- 3- Examinar las diferentes aproximaciones a la gestión de los aspectos éticos, sociales y ambientales de la organización.
- 4- Apreciar el papel de la información y la transparencia en la responsabilidad social de las empresas.

La asignatura proporciona asimismo la oportunidad de desarrollar capacidades personales tales como análisis y evaluación crítica de argumentos, búsqueda y uso de recursos de aprendizaje, creatividad, comunicación oral y escrita y capacidad de trabajo en grupo.



9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)
Responsabilidad social de la empresa 1. Empresa y sociedad 2. Responsabilidad social corporativa 3. Ética de los negocios y teoría del stakeholder 4. Fundamentos de la ética de los negocios Grupos de interés 5. Globalización y aspectos éticos 6. Gobierno corporativo 7. Medio ambiente 8. Inversión ética Información y transparencia 9. Reporting social, ambiental y ético
9.3- Bibliografía
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Archie B. Carroll, Ann K. Buchholtz, (2015) Business and society : ethics and stakeholder management, 9th edition, Cengage Int.,
Jan Bebbington, Jeffrey Unerman, Brendan O'Dwyer, (2014) Sustainability Accounting and Accountability, 2nd, Routledge, London,
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA Aldo Olcese y otros autores, (2008) Manual de la empresa responsable y sostenible, McGraw Hill, Madrid, Anne T. Lawrence, James Weber , (2014) Business and society : stakeholders, ethics, public policy, 14th, McGraw-Hill,



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas presenciales	Horas de trabajo	Total de horas
Enseñanzas básicas teóricas y prácticas	G2, G3, G4, G6, E3	10	15	25
Elaboración, presentación y discusión de estudios de caso. Realización de pruebas de evaluación	CB10, CB7, CB6, CB9, CB8, G1, G5, E7, E8	20	37	57
Lecturas complementarias	G2, G3, G4, G6, E3	0	10	10
Otras actividades	G6	0	5	5
Tutorías	CB10, CB7, CB9, CB8, G1, E7, E8	3	0	3
Total		33	67	100

11. Sistemas de evaluación:

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Elaboración en grupo y presentación de los casos propuestos por el profesor. Se valorará la capacidad del grupo para elaborar la información necesaria, la presentación escrita del informe sobre el estudio de caso propuesto, la capacidad de trabajo en grupo y la presentación oral, en su caso.	40 %	40 %
Participación activa en la asignatura. Se valorará la presencia y la intervención en la presentación del contenido, en el debate sobre las lecturas y en la discusión de los casos propuestos.	20 %	20 %
Pruebas finales de adquisición de competencias.	40 %	40 %
Total	100 %	100 %



Evaluación excepcional:

Elaboación de los casos propuestos por el profesor (20%); revisión de la literatura en un área acordada con el profesor de la asignatura (40%); examen escrito sobre el contenido de la asignatura (40%)

12. Calendarios y horarios:

De acuerdo a lo publicado en la página web del Master

13. Idioma en que se imparte:

Español e inglés