

Programa
ÉTICA PROFESIONAL

Misión Facultad de Economía y Negocios

“La misión de la Facultad de Economía y Negocios es formar profesionales de excelencia en el campo de la administración, la economía, el emprendimiento y la innovación, que se distingan por su capacidad en la creación de nuevos negocios, su integridad y compromiso con el desarrollo del país.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECS 310					
4. Ubicación en la malla	III año, II semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Annual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	0	Ayudantía	
9. Horas académicas	Clases	68			Ayudantía	
10. Pre-requisito	No tiene					

Perfil de Egreso del Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo

“El Ingeniero Comercial de la Universidad del Desarrollo es un profesional formado en el campo de la administración, capaz de comprender la evolución de la economía nacional y mundial, y capaz de realizar en forma exitosa funciones de gestión y creación de negocios. Se caracteriza por su capacidad emprendedora, liderazgo y trabajo en equipo, comprometido con el desarrollo del país, actuando con rectitud en su quehacer académico y profesional, y preparado para enfrentar el mundo del trabajo”

B. Aporte al Perfil de Egreso

El curso tiene por objetivo que el alumno tome conciencia de la importancia de la ética en el mundo de los negocios y en su quehacer profesional. Busca entregar criterios a los estudiantes para que tomen decisiones en el ámbito de los negocios resguardando la dignidad humana y el bien común.

Asimismo, es una base necesaria para que el egresado pueda diferenciarse del resto de los profesionales del área mediante: la correcta toma de decisiones teniendo una mirada integral de la persona humana y de los negocios; de tal manera que sea un verdadero aporte al desarrollo de la empresa y de la sociedad en su conjunto. Es un curso eminentemente práctico, pero también con una fuerte base teórica que implique un fundamento antropológico y ético desde una mirada del humanismo cristiano; en efecto, pretende lograr que el alumno sea capaz de analizar, juzgar y resolver problemáticas complejas que se dan cotidianamente en el mundo de los negocios y sus respectivas relaciones humanas.

La asignatura se relaciona directamente con el Plan de Estudios y pertenece al ciclo “Licenciatura” y al área de “Formación General”. El aporte al perfil de egreso se traduce también en que esta asignatura promueve el desarrollo de la Competencia Genérica de “Ética”.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje que desarrolla la asignatura.

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Ética</i>	Concientiza al alumno sobre la importancia de la ética como base para el ejercicio profesional correcto con el fin de hacer de su trabajo un verdadero aporte para el desarrollo humano y de la sociedad.
Competencias Específicas	
<i>Capacidad de Gestión</i>	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje.

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>Unidad I: Fundamentos de la Ética Profesional.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción: Fundamentos de la ética profesional del Ingeniero Comercial. 2. Persona humana y su dignidad: como criterio del ejercicio profesional correcto. 3. La Empresa y éxito de la profesión: su importancia para el desarrollo humano y social. 4. La actividad económica como acto moral. 5. Reduccionismos antropológicos: una comprensión acotada y sesgada de la persona humana. 6. Stakeholders v/s Shareholders: hacia una visión integral de empresa y de la profesión. 	<p><i>Ética</i></p> <p><i>Capacidad de Gestión.</i></p>	<p><i>Comprende el fundamento de la ética profesional.</i></p> <p><i>Valora la importancia de la dignidad de la persona humana como criterio para el ejercicio correcto de su profesión.</i></p> <p><i>Reconoce a la empresa como comunidad de personas y su importancia en el desarrollo de la sociedad.</i></p> <p><i>Comprende que la actividad económica siempre es una actividad de índole moral.</i></p> <p><i>Identifica modelos de acción que impliquen una vulneración de la dignidad humana.</i></p> <p><i>Identifica el modelo de empresa que conlleve una visión integral de la persona humana y de la sociedad.</i></p>
<p>Unidad II: La ética profesional como elemento sustancial para el ejercicio correcto de profesión de Ingeniero Comercial.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La naturaleza de la ética profesional. 2. Modelos éticos reduccionistas y sus objeciones. 3. Modelo ético centrado en la persona humana. 4. Las virtudes como práctica del modelo ético centrado en la persona humana. 5. Criterios de evaluación ética y profesional: objeto, fin, circunstancias; eficiencia, eficacia y consistencia. 6. Resolución de dilemas éticos en los negocios. 	<p><i>Ética</i></p> <p><i>Capacidad de Gestión.</i></p>	<p><i>Comprende la naturaleza de la ética profesional.</i></p> <p><i>Identifica los modelos éticos reduccionistas como modelos equívocos para el ejercicio profesional correcto.</i></p> <p><i>Identifica el modelo ético centrado en la persona humana como modelo adecuado para el ejercicio profesional correcto.</i></p> <p><i>Reconoce las virtudes como la forma de practicar, en la empresa y en su quehacer profesional, el modelo ético centrado en la persona humana.</i></p>

<p>7. La eficiencia, la eficacia y la excelencia: un falso dilema.</p>		<p><i>Identifica criterios que le permiten evaluar ética y profesionalmente una acción moral y profesional.</i></p> <p><i>Resuelve dilemas éticos en el marco de su ejercicio profesional.</i></p> <p><i>Comprende que el ejercicio profesional correcto y el respeto por la dignidad humana no implica necesariamente ser contrarios a los principios de eficiencia y de eficacia en la empresa.</i></p>
------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza será activa (pues la asignatura es eminentemente práctica, incluirá el desarrollo de trabajos prácticos con resolución de problemas, de tal manera de fomentar el trabajo en equipo y la participación en clases. El estudiante analizará casos con dilemas éticos aplicando los contenidos trabajados en clases.

El curso se estructura en base a diversas metodologías, que incluye:

- 1) Clases expositivas apoyadas con tecnologías como Power Point o Prezi.
- 2) Además se apoyará el aprendizaje entregando material impreso y guías de trabajo.
- 3) Trabajos de grupo y debates entre los mismos alumnos; entrega de manual “la urgencia de una ética aplicada”.

F. Estrategias de Evaluación

Este curso utilizará distintos procedimientos de evaluación con el fin de enfatizar el proceso de aprendizaje de los alumnos. Así entonces, se recogerá información en distintos momentos del semestre para proporcionar retroalimentación a los alumnos. De la misma manera, los estudiantes conocerán estos procedimientos y criterios de evaluación por parte del docente responsable de la asignatura.

En razón a lo anterior, los procedimientos de evaluación podrán ser las siguientes:

Evaluaciones
Certamen 1
Certamen 2
Resolución de dilemas éticos
Talleres
Presentación de un caso
Examen

G. Bibliografía

Obligatoria:

1. FUNDAMENTOS DE ANTROPOLOGÍA; Ricardo Yepes Stork, Eunsa, Barcelona, 2001.
2. ETICA GENERAL; Angel Rodríguez Luño; Eunsa, Barcelona, 2004.
3. ETICA, PROFESIÓN Y VIRTUD; Miguel Ángel Pelaez; Rialp, Madrid, 1991.
4. CASOS DE ETICA EMPRESARIAL; Patricio Salas Pulgar; UDD, Santiago, 2004.
5. ÉTICA EN LA DIRECCIÓN DE LAS EMPRESAS, Domènec Melè, Folio, Barcelona, 1997.
6. FUNDAMENTO ANTROPOLÓGICO DE LA DIRECCIÓN DE EMPRESA, Domènec Melè y César González Cantón, Eunsa, Barcelona, 2015.
7. ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA; Chomalí, F., Majluf, N.; Aguilar, 2007, Santiago.

Complementaria:

1. EL HUMANISMO EN LA EMPRESA; Alejandro Llano; Rialp; Madrid, 1992.
2. LA VERTIENTE HUMANA DEL TRABAJO EN LA EMPRESA; Carlos Llano, EUNSA, Navarra, 1990.
3. ÉTICA, José Luis Aranguren, Biblioteca Nueva, Madrid, 1997.
4. RAÍCES ÉTICAS DEL LIDERAZGO, Domènec Mèle, IESE, 2000, Navarra.
5. ÉTICA EN LA ACTIVIDAD FINANCIERA, Domènec Mèle, IESE, 2000, Navarra.
6. DIRIGIR EMPRESA CON SENTIDO CRISTIANO, Javier Echevarría, Eunsa, 2015, Navarra.
7. ÉTICA PARA DIRECTIVOS Y CONSEJEROS, Pedro Rogojo; Eunsa, 2015, Barcelona.
8. LIDERAZGO Y CAPITAL MORAL, Alejo José Sisón, Eunsa, 2012, Barcelona.
9. BIEN COMÚN Y STAKEHOLDERS, Ewgard Freeman, Eunsa, 2010, Barcelona.
10. LA ÉTICA DE LA EMPRESA EN LA ENCRUCIJADA; J. Fontrodona, M. Guillén y A. Rodríguez, Eunsa, 2010, Barcelona.
11. MORAL PARA EMPRESARIOS; Patricio Astorquiza Fabry; Gestión Limitada, Santiago, 1998.

Páginas Web

<http://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/empresa-y-humanismo/index>

<http://www.humanitas.cl>