

Programas de Asignatura
ÉTICA DE LOS NEGOCIOS

Misión FEN

“Contribuir al desarrollo económico y social a través de la generación y difusión de conocimiento avanzado y la formación de líderes en el campo de la administración y la economía, que se distingan por su capacidad emprendedora, mentalidad global, actitud innovadora y que sean capaces de transformarse en protagonistas en la generación de valor e impacto.”

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS					
2. Carrera	INGENIERÍA COMERCIAL					
3. Código del ramo	ECS221					
4. Ubicación en la malla	II semestre, II Año					
5. Créditos	UDD	4	SCT	2		
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	1	Clases Prácticas	0	Ayudantía	0
9. Horas académicas	Clases	34	Ayudantía			
10. Pre-requisito	Introducción al Management					

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

La asignatura se ubica en el primer ciclo del Plan de Estudios denominado “*Bachillerato*” y pertenece al área de “Management”. Se relaciona directamente con la asignatura de Introducción al Management.

Este curso presentará ideas y controversias que son fundamentales para la ética empresarial e identificará varios debates sobre el papel de las empresas en la sociedad. Explorará preguntas



sobre el propósito de los negocios y las responsabilidades u obligaciones que tienen las empresas con sus diversas partes interesadas, y ayudará a los estudiantes a encontrar respuestas a ellas. Una de las preguntas clave planteadas en este curso es si las empresas deben asumir responsabilidades éticas más allá de la maximización de ganancias y, de hecho, si es posible ser una empresa que opera en un mercado competitivo y aun así ser ético. Finalmente, el módulo también explora la ética a nivel individual, para ayudar a los estudiantes a comprender por qué las personas se comportan de manera poco ética y cómo uno puede fomentar el comportamiento ético en uno mismo y generar un cambio positivo en las organizaciones, comunidades y sociedades a las que pertenecemos.

Esta asignatura contribuye al desarrollo de las Competencias Genéricas UDD: *Compromiso Ético* y a las Competencias Específicas: *Pensamiento Global* y *Comunicación efectiva*.

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

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
<i>Compromiso Ético</i>	Identifica los principios éticos fundamentales necesarios para evaluar y analizar cuestiones contemporáneas en ética empresarial.
Competencias Específicas	
<i>Pensamiento Global</i>	Analiza críticamente cuestiones éticas relacionadas con el rol de empresas en la sociedad. Desarrolla argumentos convincentes para abordar cuestiones éticas en las empresas, siendo sensible y tolerante con la diversidad de opiniones sobre estos temas.
<i>Comunicación Efectiva</i>	Considera las opiniones de las partes interesadas, comprende sus principales preocupaciones y su impacto en el negocio y entabla un diálogo constructivo sobre cuestiones éticas en la empresa.

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenido	Competencias	Resultados de Aprendizaje
Unidad I: Introducción a la Ética de los Negocios - Introducción al curso y a la ética en las empresas - RSE y el rol de la empresa	<i>Compromiso Ético</i>	Identifica la evolución del rol de la empresa en la sociedad Evalúa críticamente si una corporación puede o debe ser considerada moralmente responsable de sus acciones Identifica las similitudes y diferencias de conceptos claves en ética de negocios
Unidad II: Ética en la toma de decisiones - Toma de decisiones éticas en las empresas (1): Modelos prescriptivos - Toma de decisiones éticas en las empresas (2): Modelos descriptivos	<i>Compromiso Ético</i> <i>Pensamiento Global</i>	Analiza la diferencia entre teorías de la ética prescriptivas y descriptivas. Integra los factores individuales y contextuales que afectan la toma de decisiones éticas.
Unidad III: Diseño de programas de Ética en las empresas - Elementos de un programa de ética en la empresa - Evaluación de riesgos éticos y compliance - Análisis e involucramiento de stakeholders	<i>Comunicación Efectiva</i> <i>Compromiso Ético</i> <i>Pensamiento Global</i>	Diseña programas eficaces de gestión de la ética y el cumplimiento. Aplica un marco práctico para identificar y analizar stakeholders. Define, evalúa y trata los riesgos de ética y compliance.
Unidad IV: Problemas ético de las organizaciones - Gobierno y aspectos regulatorios - Sociedad civil y activismo - Consumidores y marketing responsable - Accionistas y buen gobierno corporativo - Trabajadores y explotación laboral - Proveedores y debida	<i>Compromiso Ético</i> <i>Pensamiento Global</i>	Analiza los aspectos éticos clave en las relaciones de la organización con su entorno.



diligencia		
Desafíos emergentes en ética empresarial		

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de clases participativas, que el alumno debe reforzar con lecturas indicadas en la bibliografía del curso y artículos indicados por el profesor, junto con el desarrollo de trabajos y casos de negocio aplicados.

El estudiante analizará problemáticas reales en las empresas, donde podrá aplicar los conocimientos conceptuales adquiridos.

El curso está diseñado para desafiar al estudiante a pensar críticamente y articular sus propios valores y posturas, así como ayudarlo a prevenir la conducta no ética en su futuro profesional.

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, las evaluaciones serán las siguientes:

Evaluaciones
Certámenes
Trabajos y/o Controles individuales
Trabajo Grupal (Examen)

Requisito de asistencia: este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 75% de asistencia a las clases teóricas.

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía Obligatoria

- Crane, A., Matten D., Glozer, S. and Spence, L. (2019). *Business Ethics. Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization (Chapter 1)*. Oxford: Oxford University Press.