

# INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

Año: 2023



Universidad Nacional de Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur.

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:**  
Taller de Responsabilidad Social y Ética  
Empresarial (GE12)

**CÓDIGO:** GE12  
**AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:**  
5 año  
**FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:**  
2023-06-27  
**CARRERA/S:** Licenciatura en Gestión Empresarial  
V7,

**CARÁCTER:** CUATRIMESTRAL (2do)  
**TIPO:** OBLIGATORIA  
**NIVEL:** GRADO  
**MODALIDAD DEL DICTADO:** PRESENCIAL  
**MODALIDAD PROMOCION DIRECTA:** SI  
**CARGA HORARIA SEMANAL:** 2 HS  
**CARGA HORARIA TOTAL:** 34 HS

## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
VALERIA JACQUELINE NAVA	Docente Adjunto	vnav@untdf.edu.ar

## 1. FUNDAMENTACION

Los contenidos que se abordan en el presente programa, responden a los establecidos en la Resolución Ministerial N° 1584/19 y Resolución CS 271/18. El Taller de Responsabilidad Social y Ética Empresarial, se dicta en el segundo cuatrimestre del quinto año de la carrera Licenciatura en Gestión Empresarial, correlativa de la asignatura Dirección y Gerenciamiento que se cursa en el cuarto año de la misma.

Como fundamentación específica, el Taller de Responsabilidad Social y Ética empresarial hace referencia al comportamiento de los individuos quienes forman parte de las organizaciones y conforman la sociedad en cual se desarrollan; de allí la importancia de su estudio en la carrera. La ética y la moral son conceptos relevantes en el entramado diario de la gestión, a partir del cual se construyen y modifican las demandas y necesidades a satisfacer.

Las organizaciones crean tecnología, aplican la ciencia, investigan, introducen nuevos descubrimientos, impactan, modifican las relaciones, las formas de hacer negocios, nos presentan nuevos dilemas éticos y morales dentro de la sociedad, son responsables socialmente. Las organizaciones forman parte de la comunidad, como agente social abierto es necesario que comunique, elabore redes y construya con los grupos de interés o interesados en la construcción y existencia de la misma.

La propuesta del taller es ofrecer herramientas para la toma de decisiones responsables con el entorno agregando valor a sus procesos gestionando en la igualdad y la cooperación. Pretende que el estudiante conozca los principios básicos de la Ética, la moral y la Responsabilidad Social Empresaria para su aplicación en la acción social. Dicho objetivo es fundamental como ciudadano y profesional gestionando organizaciones. Lograr una intervención constructiva y creadora de la práctica en las organizaciones enfocada en valores. A través del uso de la modalidad taller, en el dictado se pretende crear un ámbito de acción y reflexión en la construcción de las consignas y trabajos a realizar, teniendo como eje el ejercicio profesional y ciudadano.

## **2. OBJETIVOS**

### **a) OBJETIVOS GENERALES**

- Que el estudiante comprenda los principios básicos de la responsabilidad social empresaria.
- Gestionar e implementar en las organizaciones conductas y prácticas socialmente responsables con sus pares, la comunidad y el medio ambiente.
- Comprender el rol de nuestras organizaciones a través de una visión integral de las mismas como actores responsables con el medio en el cual se desempeñan.
- Que el estudiante desarrolle habilidades que le permitan desempeñarse con premisas claras de servicios en valores, en el ámbito económico y de negocios.
- Desarrollar actitudes que le permitan reflexionar conductas y situaciones ética, moral y socialmente responsables en el ámbito empresarial.

### **b) OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Conocer los conceptos de Ética y Moral.
- Comprender los principios básicos de la responsabilidad social empresaria.
- Aplicar una actitud reflexiva en la acción empresarial respecto de cuestiones que impactan en el medio ambiente.
- Conocer los principios y códigos de ética profesional.
- Reflexionar los valores y conductas de los participantes de la organización, su influencia y retroalimentación en la cultura e identidad de la misma

## **3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA**

En cumplimiento de la Reso. RO 350/2014 se proponen las siguientes condiciones de aprobación y regularidad.

- Condiciones de APROBACIÓN REGULAR:

- Asistencia mínima del 85% del total de las clases.
- Aprobación de cada una de las instancias de evaluación con una nota mínima de 4 (cuatro) o más.

- Condiciones de APROBACIÓN POR PROMOCIÓN:

- Asistencia 100% de las clases.
- Aprobar en primera instancia con nota 7 (siete) o más, cada una de las presentaciones escritas del Trabajo Practico Integrador.
- Realizar un coloquio para acreditar la asignatura.
- Presentar en la Feria Universitaria de Innovación Empresarial, FUNIE el Trabajo Practico Integrador Final elaborado durante la cursada.

- En ambas instancias, regular y promoción, la calificación final surgirá del promedio ponderado de las instancias de evaluación citadas:

- Trabajos prácticos individuales: 10%
- Participación en clases: 40%
- Trabajo Practico Integrador: 50%

## **4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA**

Unidad/Eje 1. Conceptos Básicos de Ética y Moral.

Conceptos básicos: Ética y Moral. Concepto de ética. Teorías morales en el campo de la ética normativa. Concepto de moral. Etapas de desarrollo moral. Teoría de Kohlberg. Nivel uno: Etapas pre convencionales. Nivel dos: Etapas convencionales. Nivel tres: Etapas pos convencionales.

Principios de Ética Empresarial. Teoría utilitarista. Problemas de medición. Los derechos y la justicia. Justicia y Equidad.

Unidad/Eje 2. Acción Social de las Empresas.

Acción social de las empresas. Ética y consumo. Actividad empresarial y su impacto en el medio ambiente. Administración verde y sustentabilidad. Enfoque legal. Enfoque de mercado. Enfoque de las partes con intereses en la organización. Enfoque activista. La ética y el medio ambiente. Las dimensiones de la contaminación y el agotamiento de los recursos. Economía Social y economía circular.

Unidad/Eje 3. Responsabilidad Social Empresaria.

Responsabilidad social. Obligación, sensibilidad y responsabilidad. Perspectivas Clásicas y socioeconómicas. Código de ética profesional. Deontología profesional. Cultura empresarial. Los Gerentes y el comportamiento ético. Factores que determinan el comportamiento ético y no ético. Etapas de desarrollo moral. Características individuales. La fuerza del ego. El locus de control. Cooperativismo y asociativismo. Economía social y solidaria.

Unidad/Eje 4. Legislación.

Legislación. El Pacto de Kyoto. Los ODS, Objetivos de Desarrollo Sostenible y Metas ONU. Declaración de derechos humanos. Derechos morales. Derechos positivos, negativos. Derechos y obligaciones contractuales. Teoría Ética de Emmanuel Kant (1724-1804). La ética frente a la discriminación en el trabajo. Discriminación: utilidad, derecho, justicia. Ética en la publicidad. Balance social. Resolución Técnica N° 36 y N° 44 del CPCE.

## 5. RECURSOS NECESARIOS

- Parlantes
- Pc

## 6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	Unidad 1	Conceptos básicos: Ética y Moral. Concepto de ética. Concepto de moral.	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012. Capítulo 1. Koontz Harold, Heinz Weihrich, Administración una perspectiva global. 11ª Edición. Mc Graw Hill, México, 1998. Capítulo 2
2	Unidad 1	Etapas de desarrollo moral. Teoría de Kohlberg. Nivel uno: Etapas pre convencionales. Entrega de pautas Trabajo Practico Integrador	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012. Capítulo 1.
3	Unidad 1	Nivel dos: Etapas convencionales. Nivel tres: Etapas pos convencionales. Principios de Ética Empresarial.	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012.

4	Unidad 2	Teoría utilitarista. Problemas de medición. Los derechos y la justicia. Justicia y Equidad.	Adela Cortina. Por una Ética del Consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global. TAURUS PENSAMIENTO, Santillana Ediciones Generales, S.L., 2002. VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON,
5	Unidad 2	Acción social de las empresas. Ética y consumo. Actividad empresarial y su impacto en el medio ambiente.	ROBBINS, STEPHEN P. y COULTER, MARY Administración, Decimosegunda edición. PEARSON, México, 2014. Capítulo 5.
6	Unidad 2	Administración verde y sustentabilidad. Enfoque legal. Enfoque de mercado. Enfoque de las partes con intereses en la organización. Enfoque activista.	Koontz Harold, Heinz Weihrich, Administración una perspectiva global. 11ª Edición. Mc Graw Hill, México, 1998. Capítulo 2. IARSE – Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria
7	Unidad 2	La ética y el medio ambiente. Las dimensiones de la contaminación y el agotamiento de los recursos.	Koontz Harold, Heinz Weihrich, Administración una perspectiva global. 11ª Edición. Mc Graw Hill, México, 1998. Capítulo 2
8	Unidad 3	Código de ética profesional. Deontología profesional. Cultura empresarial. Balance Social	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012. ROBBINS, STEPHEN P. y COULTER, MARY Administración, Decimosegunda edición. PEARSON, México, 2014. Capítulo 5
9	Unidad 3	Entrega Primer Parcial: Avance TPI.	Obligatoria
10	Unidad 3	Los Gerentes y el comportamiento ético. Factores que determinan el comportamiento ético y no ético	Los Principios rectores sobre la extremapobreza y los derechos humanos. ONU ACNUR 2012

11	Unidad 3	Etapas de desarrollo moral. Características individuales. La fuerza del ego. El locus de control	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012. ODS y Metas – ONU. pdf. Utrera, Lucas Ignacio. Los Mitos de la RSE. Manual básico para refutar a ingenuos y Escépticos. – 1ª ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013.
12	Unidad 3	Responsabilidad social. Obligación, sensibilidad y responsabilidad. Perspectivas Clásicas y socioeconómica. Conceptos.	Koontz Harold, Heinz Weihrich, Administración una perspectiva global. 11ª Edición. Mc Graw Hill, México, 1998. Capítulo 2. Utrera, Lucas Ignacio. Los Mitos de la RSE. Manual básico para refutar a ingenuos y Escépticos. – 1ª ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013. IARSE – Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria. <a href="http://www.iarse.org">www.iarse.org</a>
13	Unidad 4	Declaración de derechos humanos. Derechos morales. Derechos positivos, negativos	Los Principios rectores sobre la extrema pobreza y los derechos humanos. ONU ACNUR 2012
14	Unidad 4	Derechos y obligaciones contractuales. Teoría Ética de Emmanuel Kant (1724-1804). Pacto de Kyoto. Los ODS y Metas ONU.	Los Principios rectores sobre la extrema pobreza y los derechos humanos. ONU ACNUR 2012

15	Unidad 4	La ética frente a la discriminación en el trabajo. Discriminación: utilidad, derecho, justicia. Ética en la publicidad. Entrega Final Trabajo Practico Integrador. La ética frente a la discriminación en el trabajo. Discriminación: utilidad, derecho, justicia. Ética en la publicidad. Balance social. Resolución Técnica N° 36 y N°44 del CPCE.	VELASQUEZ MANUEL G. Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición. PEARSON, México, 2012. ODS y Metas – ONU. pdf. Utrera, Lucas Ignacio. Los Mitos de la RSE. Manual básico para refutar a ingenuos y Escépticos. – 1ª ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2013
16	Unidades	Coloquio. Presentación Oral y escrita Trabajo Práctico Integrador.	Obligatoria

## 7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

Autor	Año	Título	Capítulo/s	Lugar de la Edición	Editor / Sitio Web
Adela Cortina	2002	Por una Ética del Consumo. La ciudadanía del consumidor en un mundo global.	Completo	España Santillana Ediciones Generales, S.L.	Santillana Ediciones Generales, S.L
IARSE	2002	Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria	Pagina Web	Pagina Web	<a href="http://www.iarse.gov.ar">www.iarse.gov.ar</a>
Jorge R. Volpentesta	2009	Gestión de la Responsabilidad Social Empresaria 2ª ed	Capitulos 1,2,3.	Buenos Aires	Osmar D. Buyatti
Koontz Harold, Heinz Wehrich	1998	Administración una perspectiva global. 11ª Edición	Capitulo 2	Mexico	Mc Graw Hill
ONU	2015	ODS y Metas	Completo	Mexico	ONU
Robbins Stephen P. y Coulter, Mary	2014	Administración, Decimosegunda edición	Capitulo 5	Mexico	Pearson
Susana Frisancho con la colaboración de Francois Vallaes	2005	Actividades Didácticas de Ética para el aula. Dilemas Éticos.	Completo	Peru	Academia.edu

Utrera, Lucas Ignacio	2013	Los Mitos de la RSE. Manual básico para refutar a ingenuos y Escépticos. – 1ª ed.	Completo	Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
Velasquez Manuel G.	2012	Ética en los negocios. Conceptos y Casos. Séptima edición	Capitulo 1,2,4 y 5	Mexico	Pearson

-----  
Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	

**Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo**