



UNIVERSIDAD DE CORDOBA

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
**GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**



CURSO 2024/25

**ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
CORPORATIVA**

Datos de la asignatura

Denominación: ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**Código:** 100136**Plan de estudios:** GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**Curso:****Materia:** OPTATIVIDAD**Carácter:** OPTATIVA**Duración:** SEGUNDO CUATRIMESTRE**Créditos ECTS:** 4.0**Horas de trabajo presencial:** 40**Porcentaje de presencialidad:** 40.0%**Horas de trabajo no presencial:** 60**Plataforma virtual:** <https://moodle.uco.es/>

Profesor coordinador

Nombre: CASTRO SÁNCHEZ, ÁLVARO**Departamento:** CIENCIAS SOCIALES, FILOSOFÍA, GEOGRAFÍA Y TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**Ubicación del despacho:** Facultad Filosofía y Letras/Facultad Derecho y Empresariales**E-Mail:** z52casaa@uco.es**Teléfono:** 957218797

Breve descripción de los contenidos

Hoy en día, el mundo empresarial se encuentra altamente cuestionado. La crisis económica, el desempleo masivo, las desigualdades globales, el agotamiento de recursos, el calentamiento global y la contaminación son ejemplos de problemas que involucran a las corporaciones, especialmente a las empresas transnacionales. Por otro lado, nuevas experiencias económicas están cobrando relevancia. Por ejemplo, la banca ética, la economía colaborativa, la economía circular o el emprendimiento social. En consecuencia, el curso tiene como objetivos:

- Ayudar a los estudiantes a adoptar una visión más amplia de los roles y responsabilidades de los negocios.
- Capacitar a los estudiantes para identificar y gestionar conflictos éticos en el mundo empresarial.
- Proporcionar a los estudiantes una comprensión de los principales problemas de la responsabilidad social corporativa.
- Fomentar una actitud proactiva a favor de la responsabilidad social corporativa.

Conocimientos previos necesarios

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno

Recomendaciones

Ninguna especificada

Programa de la asignatura

1. Contenidos teóricos

I. Haciendo negocios y haciéndolos bien

El caso del Ford Pinto: concepto de ética y ética empresarial. Niveles de responsabilidad en el mundo empresarial. El uso de la ética empresarial en beneficio del negocio. Sostenibilidad y ética del consumo.

II. Emprendimiento social y nuevos modelos económicos

El caso del Banco Grameen: racionalidad económica y conducta ética. Sostenibilidad y emprendimiento. La 'nueva economía': economía compartida, economía circular, economía colaborativa, economía civil, economía del bien común. Economía social.

III. Desde la ética profesional hasta la excelencia empresarial: deontología de la gestión y códigos de conducta

El caso de Tylenol: ética y excelencia empresarial. Liderazgo ético. Dimensión ética de la misión de la empresa. Documentos éticos: credo de la empresa, código profesional, código de conducta del sector, código de conducta de la empresa.

IV. Responsabilidad Social Corporativa: concepto e importancia ética

Concepto y desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). RSC como gestión ética de los grupos de interés. Impulsores de la RSC. Inversión Socialmente Responsable y Banca Ética.

V. Responsabilidad Social Corporativa: reputación e informes

Reputación: concepto y medición. El Pacto Global y la Comunicación sobre el Progreso (COP). La Iniciativa de Reporte Global (GRI). El Esquema Europeo de Gestión y Auditoría Ambiental (EMAS). El estándar de aseguramiento de AccountAbility (AA1000AS).

2. Contenidos prácticos

Análisis de casos

Análisis de grupos de interés

Toma de decisiones éticas

Análisis y formulación de códigos de conducta

Métodos para evaluar el desempeño social corporativo

Bibliografía

Las lecturas obligatorias se proporcionarán en la plataforma Moodle. Compulsory readings will be provided in the moodle platform.

Se proporcionarán fotocopias de las secciones necesarias si es necesario . Photocopies of needed sections will be provided if necessary.

- Badaracco, J. Jr. (1997): *Defining Moments. When Managers Must Choose between Right and Right*, Harvard Business Press.
- Bazerman, Max H. and Tenbrunsel, Ann E. (2011): *Blind spots: why we fail to do what's right and what to do about it*, Princeton, N.J, Princeton University Press.
- Brown, Marvin T.: *La ética en la empresa*. Barcelona, Paidós, 1992
- Carroll, Archie B. (1991): "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders", *Business Horizons*, vol. 34, no. 4, pp. 39-48.
- Carroll, A. B. and Buchholtz, A. K. (2008): *Business & Society : Ethics and stakeholder management*,

Mason, Ohio, Thomson South-Western.

- Cejudo, R.: Libertad y calidad de vida : capacidades para el desarrollo humano Córdoba, Diputación de Córdoba, 2008
- Chang, H.J. (2011): 23 Things They Don't Tell You about Capitalism, Penguin. DOI: 10.5840/beq200515329, vol. 15, no. 3, pp.
- Conill, J.: "Ética del capitalismo." Claves de razón práctica, Vol. nº 30, págs. 25-35
- Cortina Orts, Adela, Conill, J., Domingo Moratalla, A. and García-Marzá, Domingo: Ética de la empresa. Madrid, Trotta, 2000
- Cortina Orts, Adela: Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y de las comunicaciones. Madrid, Trotta, 2003
- Crane, Andrew and etalii (eds.) (2008): The Oxford handbook of corporate social responsibility Oxford. OxfordUniversity Press.
- Donaldson, T. and Dunfee, T. W. (1999): Ties that bind, Boston, Harvard University Press.
- Elkington, J. (1998): Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, Oxford, New Society Publishers.
- Fernández Aguado, J.: Sobre el hombre y la empresa : la dirección de recursos humanos y la ética en la empresa. Madrid, Instituto Superior de Técnicas y Prácticas Bancaria, 1999 - Francés, P., Borrego, A. and Velayos, C.: Códigos éticos en los negocios. Creación y aplicación en empresas e instituciones. Madrid, Pirámide, 2003
- Francés, P.: Ética de los negocios. Bilbao, Desclée, 2004
- Freeman, R.E. (2010): Strategic Management: A Stakeholder Approach, Cambridge University Press.
- Gladwell, M. (2013): The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference, Little, Brown Book Group Limited.
- Heineman, Ben W. Jr. (2008): High Performance with High Integrity, Cambridge, Mass., Cambridge University Press.
- Hirschman, Albert O. (1970): Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States, Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- Kotler, P. and Lee, N. (2005): Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause, Wiley.
- Linda Klebe, Trevino, Laura Pincus, Hartman, and Brown, Michael (2000): "Moral person and moral manager: How executives develop a reputation for ethical leadership", California Management Review, vol. 42, no. 4, pp. 128- 142.
- Maon, François, Lindgreen, Adam, and Swaen, Valerie (2009): "Designing and Implementing Corporate Social Responsibility: An Integrative Framework Grounded in Theory and Practice", Journal of Business Ethics, vol. 87, no., pp. 71-89.
- Mitchell, Ronald K., Agle, Bradley R., and Wood, Donna J. (1997): "Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts", The Academy of Management Review, vol. 22, no. 4, pp. 853-886.
- Moon, Jeremy, Crane, Andrew, and Matten, Dirk (2005): "Can Corporations Be Citizens? Corporate Citizenship as a Metaphor for Business Participation in Society", Business Ethics Quarterly
- Mulgan, Geoff (2006): "The Process of Social Innovation", Innovations: Technology, Governance, Globalization, vol. 12, no. 1, pp. 145-162.
- Mullerat, Ramón.: En buena compañía : la responsabilidad social de las empresas Barcelona, Debate, 2007
- Nash, Laura (1983): "Ethics Without the Sermon", Executive Success. Making it in Management. , in Eliza Collins (ed.), Cambridge, Mass., John Wiley and Sons pp. 492-509.

- Navarro García, F.: Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. Madrid, ESIC, 2008
- Peters, T.J. and Austin, N. (1985): A passion for excellence: the leadership difference, Warner Books.
- Phillips, Robert (2003): Stakeholder Theory and Organizational Ethics, San Francisco, Berrett-Koehler.
- Sanchez, J. L. F. and Sotorrio, L. L. (2007): "The creation of value through corporate reputation", Journal of Business Ethics, vol. 76, no. 3, pp. 335-346.
- Satorras, R. M.: Responsabilidad social corporativa : la nueva conciencia de las empresas y entidades. Barcelona, Bosch, 2008
- Sen, A.: Sobre ética y economía. Madrid: Alianza, 1989
- Sennet, R.: La corrosión del carácter : las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo. Barcelona, Anagrama, 2001
- Velásquez, Manuel G.: Ética en los negocios. Conceptos y casos. México, Pearson, 2006
- Weiss, Joseph W.: Ética en los negocios. Un enfoque de administración de los stakeholders y de casos. México D. F., Thompson, 2006

Metodología

Aclaraciones generales sobre la metodología (opcional)

Se espera una participación regular y una actitud proactiva. Dado que los métodos de enseñanza incluyen conferencias, estudios de casos, actividades de lectura, debates y talleres, se requiere que los estudiantes preparen los materiales con anticipación.

La asignatura es presencial y ha sido diseñada de esa manera. Por lo tanto, la asistencia es importante para el aprendizaje.

Los estudiantes que falten a más del 20% de las sesiones se deben de presentar a un examen final. En este caso, la calificación máxima es cinco. Este examen debe prepararse utilizando los materiales en línea y la bibliografía básica.

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

Directrices para estudiantes a tiempo parcial

Los estudiantes registrados a tiempo parcial deben asistir a un número proporcional de sesiones. De acuerdo con el párrafo anterior, el contenido se reducirá en proporción para aquellos estudiantes a tiempo parcial que no asistan al número requerido de sesiones.

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Total
Actividades de comunicacion oral	7	7
Actividades de evaluación	2	2
Actividades de experimentacion práctica	15	15
Actividades de exposición de contenidos elaborados	8	8
Actividades de procesamiento de la información	8	8
Total horas:	40	40

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Actividades de búsqueda de información	30
Actividades de procesamiento de la información	20
Actividades de resolución de ejercicios y problemas	10
Total horas:	60

Resultados del proceso de aprendizaje**Conocimientos, competencias y habilidades**

- C39 Compromiso ético en el trabajo (rel.CB2,CB4, CB5, CU2,CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6 Y CE7).
- C102 Sensibilidad hacia temas medioambientales y sociales (rel. CB3 y CB7).

Métodos e instrumentos de evaluación

Competencias	Examen	Medios de ejecución práctica	Medios orales
C102	X	X	X
C39	X	X	X
Total (100%)	50%	30%	20%
Nota mínima (*)	0	4	0

(*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final

para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

Dentro de los Medios de ejecución práctica se encuentran los "Estudios de caso", lo que se refiere a casos prácticos, ejemplos y análisis de texto que deben realizarse en grupos (hasta cuatro miembros). Los grupos deben presentar 3 estudios de caso y realizar al menos una presentación oral de acuerdo con los procedimientos explicados en la primera sesión. Se requieren sesiones de tutoría para preparar las presentaciones orales, y la asistencia a estas sesiones se tendrá en cuenta para evaluar.

"Exámenes" son pruebas de respuestas cortas. Consulte la sección de metodología sobre estudiantes que no asisten regularmente.

En relación con este módulo, el plagio se define como presentar las palabras e ideas de otra persona como propias. La disponibilidad de información en la web no es una excusa válida. Cada tarea (oral o escrita) debe expresarse con palabras propias y utilizando ideas y juicios propios. Cuando se utilicen palabras, ideas o juicios de otra persona, esta circunstancia debe indicarse claramente en el texto principal y en la sección de bibliografía.

Cualquier plagio resultará en que el estudiante reciba "0" en esa tarea. Esta tarea solo se podrá repetir (completamente) si el plagio no es completo y flagrante. La repetición se calificará con no más de 5. En caso de reincidencia, se informará al Coordinador del Grado sobre el plagio. Además, el plagiador no podrá aprobar la asignatura en ese período de examen.

Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:

Orientaciones para estudiantes a tiempo parcial

Los estudiantes registrados a tiempo parcial deben asistir a un número proporcional de sesiones. De acuerdo con el párrafo anterior, los contenidos se reducirán en proporción para aquellos estudiantes a tiempo parcial que no asistan al número requerido de sesiones.

Aclaraciones sobre la evaluación de la convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios:

En la primera convocatoria extraordinaria (septiembre/octubre), el examen final representará el 70% de la calificación global del estudiante. El 30% restante corresponderá al promedio de las calificaciones obtenidas por el estudiante durante el año académico.

En la convocatoria extraordinaria final, el examen (tipo ensayo) representará el 100% de la calificación final del estudiante.

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor:

Rendimiento destacado en todos los instrumentos de evaluación.

Objetivos de desarrollo sostenible

Fin de la pobreza

Hambre cero

Salud y bienestar

Igualdad de género

Agua limpia y saneamiento

Energía asequible y no contaminante

Trabajo decente y crecimiento económico

Industria, innovación e infraestructura
Reducción de las desigualdades
Ciudades y comunidades sostenibles
Producción y consumo responsables
Acción por el clima
Paz, justicia e instituciones sólidas
Alianzas para lograr los objetivos

Otro profesorado

Nombre: MOLLÁ ALBERT, CÉSAR

Departamento: ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA

Ubicación del despacho: Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales

E-Mail: z32moalc@uco.es

Teléfono: 957218133

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.

El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).
