



---

PROYECTO DE CÁTEDRA

Carrera: Tecnicatura en Gestión y Administración de Empresas Agropecuarias

Docente: Constanza Cassina

Unidad Curricular: Ética y Deontología

Campo de la formación: General

Formato: Asignatura

Curso: 3°

Carga horaria semanal: 2 Hs.

Régimen de cursado: Anual Presencial

Ciclo Académico: 2016

Plan de Estudio 2014 - Res. N° 1141/08 CGE

---

**FUNDAMENTACIÓN:**

Dentro del campo disciplinar generalista existe un espacio específico orientado al conocimiento de los diferentes paradigmas que orientan el accionar humano dentro de un espacio o actividad determinado.

Cada actividad consta de un régimen inviolable que constituye la ética propia dentro de un campo específico de trabajo. Resulta indispensable conocer las conductas legítimas y legales, dentro de cada actividad que se desarrolla. El ámbito empresarial no es una excepción.

La ética profesional es un elemento de prioritario dentro del funcionamiento de una empresa ya que subyace en toda acción que se lleve a cabo.

No sólo se plasma en la regularidad del funcionamiento empresarial, sino en cada uno de los actos que se llevan a cabo dentro de la misma. La empresa sustenta una determinada ética y la ética sustenta el funcionamiento adecuado de la misma estableciendo los parámetros de acción.

La Deontología regulariza la toma de decisiones el abordaje de conflictos y los principios que regirán dentro de un espacio laboral, específicamente en este caso, de una empresa cuyos recursos humanos deben tener conocimiento y encontrarse capacitados para relacionarse correctamente con aquellos sujetos, grupos o corporaciones, a quienes presten sus servicios u asesoramiento.

A lo largo de la cátedra se abordarán los paradigmas éticos, su alcance y rentabilidad. Responsabilidad empresarial. Función social de la empresa. Ética y publicidad. Actuación en entornos corruptos. Gestión de la ética en la empresa.

**PROPÓSITOS DE ENSEÑANZA:**

- Reconocer los diferentes paradigmas éticos.
- Establecer y diferenciar los principios éticos de la actividad empresarial.
- Conocer los diferentes modos de abordaje de conflictos dentro del ámbito empresarial en relación los actos de corrupción.
- Entender el alcance social de una empresa y sus consecuencias.



- Considerar los dilemas éticos en el espacio publicitario de una empresa.

#### CONTENIDOS DE ENSEÑANZA:

##### Bloque 1 La ética

Concepto

Paradigmas éticos

Evaluación: Análisis de caso creado por los alumnos y solución mediante paradigma ético.

Escritura y socialización

Bibliografía

Gilli, Juan José, “Ética y empresa”, Granica, Buenos Aires, 2011.

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

<http://www.librospdf.net/problemas-de-filosofia-osvaldo-dallera/2/>

##### Bloque 2 Ética empresarial

Breve historia de la ética empresarial

Que es la ética empresarial

Legalidad y legitimidad

Rentabilidad de la ética

El win win

Evaluación Análisis de casos de empresas fundadas sobre la ética y sobre el win win teniendo en cuenta power point, bibliografía. Escritura y socialización. Parcial Escrito.

Bibliografía

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

##### Bloque 3 La necesidad de una conducción ética

El alcance social de la empresa

Responsabilidad empresarial

Dilemas éticos empresariales

Caso Enron

Caso Merk y Co.

Evaluación Análisis de casos específicos teniendo como eje transversal los valores, derechos y obligaciones propios del ámbito.

Bibliografía

Gilli, Juan José, “Ética y empresa”, Granica, Buenos Aires, 2011.

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

##### Bloque 4 Ética y recursos humanos

Selección de personas

Capacitación y desarrollo profesional

Evaluación de las tareas y del personal



Evaluación Simulacro de etapas de selección de personal. Escritura y defensa.

Bibliografía

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

Bloque 5 La ética y el mercado

Propiedad intelectual de las marcas

La competencia

Responsabilidades

Evaluación Investigación de la evolución de la propiedad intelectual de las marcas. Origen y costos. Defensa mediante prezi.

Bibliografía

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

Bloque 6

Ética y publicidad

Dilemas éticos en publicidad

Efectos negativos

Responsabilidades

Evaluación Análisis de publicidades. Valores, dilemas, comercialización y rentabilidad. Socialización y presentación de publicidad digitalizada.

Bibliografía

Debeljuh, Patricia, “Ética Empresarial”, Celange, Buenos Aires, 2009.

<http://www.librospdf.net/problemas-de-filosofia-osvaldo-dallera/2/>

Mejía Llano, Juan Carlos, “La Guía Avanzada Del Community Manager”. Amazon.com (e-book)

Ryan Holiday, “Growth Hacker Marketing. El Futuro Del Social Media Y La Publicidad” Amazon.com (e-book)

**PROPUESTA METODOLÓGICA:**

Dentro del espacio curricular se prevé la modalidad expositiva, el análisis de textos pertinentes. Debates acerca de casos específicos. Realización de entrevistas. Presentación de dilemas éticos en contexto. Análisis de casos. Resolución de conflictos y problemáticas empresariales específicas en relación a recursos humanos, elementos ambientales y finanzas.

**EVALUACION Y ACREDITACIÓN:**

Para arribar a una evaluación favorable mediante PROMOCIÓN DIRECTA CON COLOUI FINAL, los alumnos deberán tener el porcentaje de asistencia previsto para cada caso. La aprobación de parciales y trabajos en los que se hará hincapié en el correcto proceso de escritura y reescritura. Participación responsable en la clase. Búsqueda de información en fuentes fiables. Defensa oral de trabajos. Expresión oral.



Instrumentos de evaluación:

Elaboración de textos  
Video  
Power point  
Presentación Prezi  
Gráficos  
Examen Escrito  
Observaciones continuas

#### CRONOGRAMA DE TRABAJOS PRÁCTICOS

Se solicitará un trabajo práctico por Bloque (Modalidad domiciliaria y evaluación mediante presentación oral prezi o power point.

TP N° 1 “Paradigmas éticos”

TP N° 2 “Ética empresarial: recursos humanos y financieros”

TP N° 3 “Las empresas y su impacto en el medio ambiente”

TP N° 4 “El alcance social de las empresas”

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

De Rendo, Alicia, “La diversidad es y está en la docencia”, Magisterio del río de la Plata, Buenos Aires, 2005.

Villar Angulo, Luis Miguel, “Competencias para la formación de docentes universitarios”, Aljibe, Málaga, 2006.

Althousser, Louis, “Iniciación a la filosofía para los no filósofos”, Paidós, Buenos Aires, 2015.

Carpio, Adolfo, “Principios de filosofía”, Paidós, Buenos Aires, 2015.

---

Firma del docente