



CARTA DESCRIPTIVA

PARA UNIDADES DE APRENDIZAJE

Elementos estructurales del programa de las Unidades de Aprendizaje

UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO	
DENOMINACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE (UA)	Ética Empresarial y Responsabilidad Social
CICLO ESCOLAR	Febrero – agosto
CICLO	VIII
CLAVE DE LA UA	OAE-VIII-EF-3
CARÁCTER	Obligatoria por área de especialización (OAE)
TIPO	Teórico-Práctica
UA ANTECEDENTES	UA CONSECUENTES
Ninguna	Ninguna

Horas teóricas	Horas prácticas	Horas de trabajo independientes	Total de horas teóricas	Total de horas prácticas	Total horas de trabajo independientes	Créditos
3	1	1	48	16	16	5

AUTORES DEL PROGRAMA	Fecha de elaboración
Academia de Economía de la Empresa	Junio 2025.
	Fecha de revisión y aval de Consejo Técnico

COMPETENCIAS A DESARROLLAR	
COMPETENCIAS	EJES FORMATIVOS
Analiza críticamente los dilemas éticos presentes en el entorno empresarial y económico, identificando las diversas perspectivas e intereses. Fundamenta las decisiones profesionales y personales en principios éticos sólidos, considerando las implicaciones a corto y largo plazo en la sociedad y el medio ambiente. Evalúa el impacto social y ambiental de las actividades empresariales, aplicando marcos de responsabilidad social corporativa y proponiendo estrategias para una gestión sostenible. Comunica eficazmente la importancia de la ética y la responsabilidad social en diversos contextos, promoviendo una cultura de integridad y sostenibilidad en el ámbito económico.	Empresa y Finanzas

PERFIL ACADÉMICO DEL DOCENTE	
Grado(s) académico (s)	Experiencia
Formación Académica: Licenciatura en Economía, Derecho, Sociología o una disciplina afín.	Mínimo 2 años de experiencia, con sólidos conocimientos y comprensión profunda de los temas de ética y responsabilidad social.





Deseable contar con estudios de posgrado (maestría o doctorado) en alguna de estas áreas.

CONTENIDO TEMÁTICO (Temas y subtemas)

Temas	Subtemas
1. Introducción a la Ética Empresarial	1.1 ¿Qué es la ética? Distinción entre ética y moral. 1.2 La ética en el contexto empresarial-: concepto y relevancia. 1.3 Valores y principios éticos fundamentales en los negocios. 1.4 Partes interesadas (Stakeholders): identificación y análisis de sus intereses y expectativas. 1.5 Cultura organizacional y ética: el papel de la alta dirección.
2. Dilemas Éticos y Toma de Decisiones	2.1 Tipos de dilemas éticos en las empresas. 2.2 Modelos para la toma de decisiones éticas: enfoques deontológicos, consecuencialistas y virtudes. 2.3 Casos de estudio de corrupción, conflicto de intereses y práctica desleales. 2.4 Ética en la publicidad y el marketing. 2.5 El papel del denunciante (whistleblower) y su protección.
3. Fundamentos de la Responsabilidad Social	3.1 Origen y evolución del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). 3.2 Dimensiones de la RSC, económica, social y ambiental. 3.3 Teorías de la RSC: Pirámide de Carroll, teoría de los stakeholders, etc. 3.4 La RSC como estrategia de negocio y ventaja competitiva. 3.5 Normativas y estándares internacionales de RSC (ISO 26000, Pacto Global de la ONU).
4. La Responsabilidad Social y el Impacto en la Sociedad	4.1 Derechos humanos y empresa. 4.2 Responsabilidad laboral: condiciones de trabajo, diversidad e inclusión. 4.3 Responsabilidad con el consumidor: calidad seguridad y protección de datos. 4.4 Inversión socialmente responsable (ISR). 4.5 Ética y tecnología: privacidad, inteligencia artificial y big data.
5. Gestión del capital de trabajo	5.1 El concepto de desarrollo sostenible y sus dimensiones. 5.2 Responsabilidad ambiental de las empresas: gestión de residuos, eficiencia energética, huella de carbono. 5.3 Economía circular y modelos de negocio sostenibles. 5.4 El papel de las empresas.





	5.5 Reportes de sostenibilidad y su importancia.
6. Sostenibilidad y medio Ambiente	6.1 Marco legal y regulatorio en México. Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente (LGEEPA), Ley Federal del trabajo, (aspectos relevantes). 6.2 instituciones y organizaciones promotoras de la RSC en México (CEMFI, Pacto Mundial México). 6.3 Casos de éxito y desafíos de la RSC en empresas mexicanas. 6.4 El papel de los consumidores y la sociedad civil en la exigencia de prácticas empresariales responsables. 6.5 Perspectivas futuras de la ética empresarial y la RSC en México.

ACTIVIDADES

Actividades de aprendizaje bajo la conducción de un académico

1. La Unidad de Aprendizaje se impartirá a través de sesiones tipo seminario a cargo del académico. Durante las clases se combinarán exposiciones teórico prácticas del académico y por parte de los alumnos acerca de algún tema relacionado con la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa.
2. El académico guiará al grupo temas de discusión y análisis de casos de estudios sobre dilemas éticos reales o hipotéticos en el ámbito de la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa, fomentando el debate y la argumentación.

Actividades de aprendizaje independientes

1. El estudiante buscará información sobre conceptos, teorías, noticias y casos de estudio relacionados con la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa.
2. Elaboración y presentación de reportes de lectura o ensayos sobre temas específicos expresando una postura argumentada, fundamentada y presentando una propuesta o recomendación.
3. Revisará una selección de lecturas y artículos de temas de comercio internacional previamente elegidos por el académico para que el alumno las revise fuera de clase, para apoyar la discusión y el mejor aprendizaje y entendimiento por parte del estudiante.
4. Se encargará a los estudiantes la realización de controles de lectura, y un trabajo sobre un Código de ética para una empresa real o ficticia, o bien, un catálogo de buenas prácticas éticas de empresas.
5. Diseño de exposición sobre temas específicos, para compartir con el grupo

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividad	% de ponderación
Dos exámenes parciales	60%
Tareas (controles de lectura, ensayos, resolución de ejercicios, proyectos)	20%
Participación en clase	10%
Exposición de temas o casos	10%
Total	100%





BIBLIOGRAFÍA		
Básica		
Argandoña, Antonio. (2008). <i>La ética en la empresa: Diez años de reflexión</i>. IESE Business School. Carrol, Archie B. & Buchholtz, Ann K. (2015). <i>Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management</i>. Cengage Learning. Cortina, Adela. (2008). <i>Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial</i>. 8a ed. Trotta. Freeman, R. Edward. (2010). <i>Strategic Management: A Stakeholder Approach</i>. Cambridge University Press. Guillén Parra, Manuel. (2005). <i>Ética en las organizaciones: Construyendo confianza</i>. Pearson Educación. México. Kliksberg, Bernardo. (2004). <i>Más allá del 2001: La agenda ética, social y de desarrollo de América Latina</i>. Fondo de Cultura Económica.		
Complementaria		
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI): Publicaciones, estudios y recursos sobre Responsabilidad Social Empresarial en México. (www.cemefi.org) Consejo Coordinador Empresarial (CCE): Documentos y comunicados sobre el papel del sector privado en temas de ética y sostenibilidad en México. (www.cce.org.mx) Pacto Mundial México: Iniciativas y reportes de empresas mexicanas adheridas al Pacto Global de la ONU. (www.pactomundial.org.mx) Publicaciones académicas y revistas especializadas: Revistas como "Contaduría y Administración" de la UNAM, "Estudios Gerenciales" de la Ibero, o "Administración y Organizaciones" de la UA. Secretaría de Economía (SE): Información sobre normativas y políticas relacionadas con el comercio justo, la protección al consumidor y la competencia. (www.gob.mx/se) Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT): Legislación y programas relacionados con la sostenibilidad y el impacto ambiental. (www.gob.mx/semarnat)		

