
Ano Letivo 2020-21

Unidade Curricular ÉTICA EMPRESARIAL

Cursos GESTÃO EMPRESARIAL (2.ºCiclo)

Unidade Orgânica Faculdade de Economia

Código da Unidade Curricular 15511012

Área Científica GESTÃO

Sigla

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino Presencial (e/ou à distância)

Docente Responsável Maria Margarida Nascimento Jesus

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Maria Margarida Nascimento Jesus	O; OT; T; TP	T1; TP1; OT1; LO1	9T; 9TP; 18OT; 3O

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
1º	S1	9T; 9TP; 18OT; 3O	168	6

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não aplicável

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A unidade curricular tem como principal objetivo delimitar o conceito de ética e aplicá-lo ao contexto dos negócios.

Após aprovação na unidade curricular, espera-se que o aluno seja capaz de:

1. Identificar os conceitos de ética, moral e deontologia, valores, axiologia e cultura;
2. Compreender a origem e a expansão do movimento ético no meio empresarial;
3. Perceber em que consiste a ética empresarial;
4. Entender as questões atuais relacionadas com a ética empresarial nos contextos regional, nacional e internacional;
5. Adequar estratégias que permitam fornecer respostas às situações geradoras de dilemas éticos que se colocam na vida empresarial;
6. Conhecer a origem, evolução e situação atual da Responsabilidade Social da Empresa;
7. Identificar as dimensões da Responsabilidade Social da Empresa;
8. Conhecer os conceitos de Sustentabilidade e de Desenvolvimento Sustentável;
9. Entender o *Triple Bottom Line* da sustentabilidade empresarial.

Conteúdos programáticos

1. CONCEITOS INTRODUTÓRIOS

- 1.1 Ética, Moral e Deontologia
- 1.2 Valores, Axiologia e Cultura
- 1.3 Cultura Organizacional

2. ÉTICA EMPRESARIAL

- 2.1 A ética empresarial
- 2.2 A Responsabilidade Social da Empresa
- 2.3 A Sustentabilidade Empresarial
- 2.4 A Teoria dos Stakeholders
- 2.5 Os Códigos de Ética Empresarial

3. ESTUDO DE CASOS

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A componente letiva da unidade curricular estrutura-se da seguinte forma:

Aulas Teóricas (6 horas), Teórico-práticas (12 horas), Orientação Tutorial (9 horas)

Avaliação: Presença dos estudantes nas aulas e realização de um trabalho individual escrito.

Ponderação - 100%.

Bibliografia principal

- Afonso, S. (2012) *Práticas de Responsabilidade Social nas Organizações - O Caminho para o Desenvolvimento Sustentável*, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Bragança.
- Beauchamp, T. (2003). *Case Studies in Business, Society and Ethics*. Pearson, 5ª Ed.
- Branurn, R. (2006). *Understanding Business Ethics*. London: Thomson Learning.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde: Promover um quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Bruxelas.
- Elliott, J. (2013). *An introduction to sustainable development*, 4th Ed., UK: Routledge.
- Freeman, R. E. (2010) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, New York: Cambridge University Press.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005) *Corporate Social Responsibility ¿ Doing the Most good for Your Company and Your Cause*, United States: John Wiley & Sons Inc.
- Jesus, M. (2001). *Ética Y Actividad Empresarial - Cultura y valores éticos en las empresas algarveñas*. Tese de Doutoramento. Universidade de Huelva. Huelva.

Academic Year 2020-21

Course unit BUSINESS ETHICS

Courses BUSINESS MANAGEMENT

Faculty / School THE FACULTY OF ECONOMICS

Main Scientific Area

Acronym

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Presential (and/or distance)

Coordinating teacher Maria Margarida Nascimento Jesus

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Maria Margarida Nascimento Jesus	O; OT; T; TP	T1; TP1; OT1; LO1	9T; 9TP; 18OT; 3O

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
9	9	0	0	0	0	18	3	168

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

None

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

The main objective of the Business Ethics curriculum is to delimit the concept of ethics and apply it to the business context.

After attending the course, the students are expected to:

1. Identify the concepts of ethics, morals and deontology, values, axiology and culture;
2. Understand the origin and expansion of the ethical movement in the business environment;
3. Understand business ethics;
4. Understand current issues related to business ethics in the regional, national and international contexts;
5. To adapt strategies to provide answers to the main situations that generate ethical dilemmas in business life;
6. To know the origin, evolution and current situation of Corporate Social Responsibility;
7. Identify the dimensions of Corporate Social Responsibility;
8. To know the concepts of Sustainability and Sustainable Development;
9. Understand the Triple Bottom Line of corporate sustainability.

Syllabus

1. INTRODUCTORY CONCEPTS

- 1.1 Ethics, morals and deontology
- 1.2 Values, axiology and culture
- 1.3 Organizational culture

2. BUSINESS ETHICS

- 2.1 Business ethics
- 2.2 Corporate Social Responsibility
- 2.3 Sustainability and Sustainable Development
- 2.4 The Stakeholder theory
- 2.5 The Codes of business ethics

3. CASE STUDY

Teaching methodologies (including evaluation)

The learner component of the curricular unit is structured as follows:

Theoretical-practical (6 hours) and Tutorial orientation (... hours)

Assessment: Attendance of students in the classes and a written individual work.

Weighting-100%.

Main Bibliography

- Afonso, S. (2012) *Práticas de Responsabilidade Social nas Organizações - O Caminho para o Desenvolvimento Sustentável*, Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Bragança.
- Beauchamp, T. (2003). *Case Studies in Business, Society and Ethics*. Pearson, 5ª Ed.
- Branurn, R. (2006). *Understanding Business Ethics*. London: Thomson Learning.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde: Promover um quadro Europeu para a Responsabilidade Social das Empresas*. Bruxelas.
- Elliott, J. (2013). *An introduction to sustainable development*, 4th Ed., UK: Routledge.
- Freeman, R. E. (2010) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, New York: Cambridge University Press.
- Kotler, P. & Lee, N. (2005) *Corporate Social Responsibility ¿ Doing the Most good for Your Company and Your Cause*, United States: John Wiley & Sons Inc.
- Jesus, M. (2001). *Ética Y Actividad Empresarial - Cultura y valores éticos en las empresas algarveñas*. Tese de Doutoramento. Universidade de Huelva. Huelva.