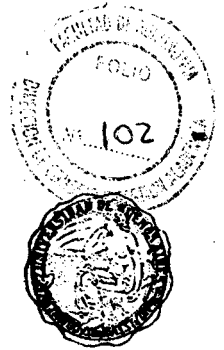




UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE AGRONOMIA
Av. San Martín 4453 (1417) Buenos Aires -Tel. 4541- 4524-
8042 - Fax 4541- 4514-8737



CARRERA DE MARTILLERO Y CORREDOR PÚBLICO RURAL

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL

Docentes: Emanuel López Muro
Gustavo Alejandro Puig

a) ENCUADRE GENERAL

Contenidos mínimos

- Ética profesional en el ámbito de los remates. La conducta profesional. Relaciones entre compradores y vendedores, rematadores y personal de apoyo. Códigos de ética. La objetividad y transparencia del rematador. Casos prácticos.

Objetivos

- Fortalecer la formación ética como saber práctico y clarificar su aplicabilidad en las cambiantes circunstancias del escenario global.
- Comprender que cada hecho que producimos, ya sea en forma profesional individual, así como dentro de una organización posee una dimensión moral.
- Consolidar una visión humanista de la empresa y de los negocios
- Promover la consolidación de criterios de discernimiento ético.
- Preparar a los alumnos para la toma de decisiones en el mundo laboral y de los negocios contribuyendo al desarrollo intelectual de la virtud de la prudencia y al desarrollo de actitudes en la búsqueda constante del bien común y particular.

b) PROGRAMA ANALITICO

I. LAS VIRTUDES EN EL DESARROLLO PERSONAL

Persona humana. Fuentes de su dignidad. Sentido de la existencia. Originalidad personal. Estandarización. Racionalidad Instrumental. Madurez humana. Rasgos de madurez: aplicación a la vida profesional. Persona y virtudes. Las virtudes cardinales en el desarrollo personal. Justicia. La libertad como fuente de creatividad e iniciativa. Vocación y profesión.

II. EL LIDERAZGO EN LOS NEGOCIOS

El fin de la empresa. Autoridad y poder en la empresa. El liderazgo como factor de desarrollo. Diseño del plan estratégico: ámbito para los valores. Vinculación entre plan estratégico y proyecto de vida personal.

III. TRABAJO. DESARROLLO HUMANO

Dignidad del trabajo. El trabajo como expresión y testimonio de la dignidad humana. Perfección de la obra, perfección del trabajador. Alineación en el trabajo. Trabajo y tiempo libre. La eficiencia como valor. Eficiencia y bien común. La calidad como valor intrínseco.

IV. RESPONSABILIDAD POR LA INFORMACIÓN. INTERSUBJETIVIDAD Y COMUNICACIÓN.

Información confidencial. Información pública. Los estados contables como vehículo de comunicación institucional. Responsabilidad social por la información. El respeto por las normas contables. Importancia de la información en la toma de decisiones. Daños patrimoniales ocasionados por información fraudulenta. La negociación. Condiciones de diálogo y acción comunicativa. Intersección de horizontes. Habla perlocucionaria ocultamente estratégica. Prácticas de remate bajo lenguaje dialógico: comprensibilidad, afabilidad, rectitud, sinceridad, objetividad. El valor de los códigos de ética.

V. VISIÓN ÉTICA DE LA COMERCIALIZACIÓN

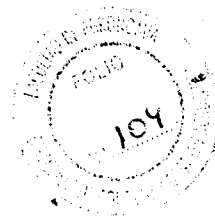
El precio. Mercados dominados por la oferta versus mercados dominados por la demanda: visión ética. El precio en los contratos. La justicia conmutativa en la compraventa y el alquiler. La confianza como condición contractual: el principio de buena fe, sus raíces éticas. Valores en la publicidad. Información y libertad, su relación con la verdad. Diversas modalidades de manipulación. Publicidad y cultura. Consumo y consumismo. Modo de ser y modo de tener

VI. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA

Fin de la empresa. Función social. Gestión social y ambientalmente sustentable.

C) METODOLOGÍA DE TRABAJO Y EVALUACIÓN

La metodología de trabajo durante la cursada se basará en la exposición de los temas desarrollados en los contenidos de la asignatura. Su desarrollo requerirá del alumno, además de los conocimientos adquiridos en clase, la



lectura completa de la bibliografía de estudio y los artículos que se indiquen oportunamente.

Se trabajará con la modalidad de lecturas previas, debate y exposición y análisis de casos prácticos, como así también se realizarán relevamientos y controles de lectura. Role-playing. Utilización de DVD.

El régimen de promoción es sin examen final obligatorio, es decir que se obtiene la promoción de la cursada con el 75% de la asistencia a las clases y un parcial de las cuales se debe obtener un promedio de siete (siete). En el caso de que el alumno obtenga una calificación inferior a siete se le permitirá rendir como alumno regular, alumnos con notas inferiores a 4 rendirán en condición de libres.

D) CRONOGRAMA DE CLASES

Se proveerá un cronograma con las fechas confirmadas y sus actividades día por día

E) BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Crespo, R.; *La Economía como Ciencia Moral*, Educa, 1997
- *Ética en la Dirección de Empresas*, (Doménec Mele) Barcelona 1997
- *Ética y empresa* (Josep Lozano), Madrid 1999
- *Ética y negocios para América Latina*. (Eduardo Schmidt) Lima, 1995.
- Habermas J., *Teoría de la acción comunicativa*, Taurus, Madrid, 1987.
- Gadamer G., *Verdad y Método*; Sígueme, Salamanca, 1991.
- Fromm, E. [1978 (1993)] *¿Tener o ser?*, Fondo de Cultura Económica, Argentina.
- Frankl V., "El hombre en busca de sentido", Herder.
- Trías, Eugenio [1976 (1997)] "El artista y la ciudad", (Cap. II "Platón: la producción y el deseo"), Editorial Anagrama, España.
- Isaacs, David; *La educación de las virtudes humanas y su evaluación*; EUNSA, Navarra, 2000

- *La conquista de las virtudes en la empresa* (Debeljuh Patricia) Temas, 2004
- Ludovico Videla-Ricardo Crespo (compiladores); *Ética de los negocios*, EDUCA, 2004
- Mélé, Domenec, *Ética en la actividad financiera*, Pamplona, Eunsa, 1998
- *Nuevas reflexiones acerca de las organizaciones de negocios* (Robert C Solomon), Oxford, 2000
- Pieper, J.; *Las virtudes fundamentales*, Herder.