



Universidad
de Navarra

Ética de los negocios (MFM)

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción: El objetivo de la asignatura es introducir al alumno en el controvertido mundo de la ética y la sostenibilidad en los negocios. Tras un repaso muy breve a la toma de decisiones en el ser humano y a algunos principios éticos básicos, se tratarán, mediante el debate de casos prácticos en clase, los principales dilemas éticos que surgen en la relación de la empresa con los stakeholders internos (accionistas y trabajadores), con los externos (clientes, proveedores y sociedad), con el medio ambiente y el entorno legal. Del adecuado planteamiento de la responsabilidad que la empresa tiene frente a estos grupos de interés dependerá la sostenibilidad de la empresa, y su auténtica contribución al entorno en el que opera.

- Máster: Master in Fashion Management
- Modulo/Materia: Fashion Principles and Management: Applied fashion management
- ECTS: 1,5
- Curso, semestre: 2025/26
- Tipo: Obligatoria
- Profesor: Ignacio Ferrero
- Idioma: Español
- Aula, Horario: Aula 3

CONTENIDO

El curso tiene como objetivo introducir a los participantes en el mundo de la ética empresarial. Comenzando con un estudio inicial del mapa de la acción humana y algunos principios éticos básicos, se analizarán ciertos dilemas éticos que surgen en la actividad diaria de la empresa y en su relación con los grupos de interés internos (accionistas y empleados) y externos (clientes y sociedad), a través de la discusión de casos prácticos en clase.

Los objetivos de las sesiones son:

- Enseñar las teorías y conceptos básicos de la Ética y la Antropología para comprender mejor qué es el ser humano y, por lo tanto, poder liderar con éxito una organización.
- Discutir los desafíos y dilemas éticos, y sensibilizar a los participantes sobre la presencia de una dimensión ética en las prácticas de gestión.
- Enseñar cómo tomar decisiones correctas en la vida real bajo presión y demostrar un compromiso con las prácticas éticas como líderes y directivos en medio de conflictos, decisiones difíciles y tiempos turbulentos.



Las sesiones son eminentemente prácticas y estarán basadas en el método del caso. Para que la discusión sea útil, el participante deberá haber leído previamente la bibliografía correspondiente a los temas de los casos a tratar

COMPETENCIAS

- CB8: Los estudiantes deben ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de información incompleta o limitada, incluyendo reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- GC1: Comprender, desde un punto de vista antropológico, los conceptos de motivación, comunicación interpersonal y organizacional, con el fin de poder gestionar empresas de moda de diferentes estilos.
- SC10: Comprender la moda como un fenómeno multidisciplinar e identificar sus referentes culturales e históricos.

PROGRAMA

Tema 1: Introducción. La ética como condición de equilibrio

- La importancia de un comportamiento ético en la actividad profesional, tanto por sus repercusiones en el plano personal como empresarial y social.
- Explicación de las distintas dimensiones que tiene la ética en la empresa

Tema 2: La ética personal

- La toma de decisiones éticas. Explicación de los elementos que intervienen en la toma de decisiones del ser humano: normas y principios, emociones, conciencia, virtudes, valores, experiencia personal y ajena.
- Análisis de los distintos modelos de valoración de la moralidad de las acciones. Papel de los antecedentes, las circunstancias y las posibles consecuencias en la evaluación de las decisiones. La voluntariedad de las acciones. Modificadores de la voluntad: presión, miedo, ignorancia.
- Principios morales básicos a tener en cuenta en la toma de decisiones: voluntario en la causa y voluntario indirecto.

Tema 3: Temas éticos frecuentes en los negocios

- Robos o apropiación indebida en la empresa
- ¿Qué son los secretos profesionales? Actitud ante la información confidencial y privilegiada
- ¿Qué son los conflictos de intereses y qué actitud hay que tener ante ellos?
- ¿Qué es la delación de acciones inmorales ¿whistle-blowing- y cómo se debe llevar a cabo estos procesos?
- ¿Qué es el soborno y la extorsión, y cómo distinguirlos de los regalos o prebendas?

Tema 4: La ética de la organización empresarial y los stakeholders internos: los consumidores y los competidores



Universidad
de Navarra

- Importancia del marketing en la empresa y el respeto a los derechos de los consumidores. ¿Qué derechos tiene el consumidor?
- ¿Qué tipos de publicidad ilícita hay? Explicación de la publicidad desleal, engañosa, confusional, subliminal.
- Tipos de competencia desleal con los competidores: falsificación, plagio, políticas desleales en la fijación de precios -el dumping-.

Tema 5: La ética de la organización empresarial y los stakeholders internos: los trabajadores

- Explicación de las distintas dimensiones del trabajo: objetiva, subjetiva y social. Análisis de los distintos modelos de motivaciones en el trabajo
- Estudio de los derechos y deberes asociados al trabajo y de las implicaciones que tiene la dignidad del ser humano sobre el trabajo.
- Análisis de algunos problemas complejos en torno al trabajo: conciliación de la vida laboral y familiar, explotación de trabajadores y sweatshops, incorporación de la mujer al trabajo y a los puestos de dirección ¿techos de cristal-, abusos en los contratos de trabajo.

ACTIVIDADES EDUCATIVAS

- Clases teóricas presenciales
- Trabajo no presencial del alumno: estudio personal, preparación de trabajos, etc.
- Pruebas de evaluación

EVALUACIÓN

ORDINARIA

- Discusión de casos 35%
- Trabajo grupo 15%
- Intervención en clase 15%
- Examen 35%

EXTRAORDINARIA

- Examen final con puntuación de 0 a 10

HORARIOS DE ATENCIÓN

Solicitar entrevista con los profesores escribiendo un correo electrónico a las direcciones de correo:

Ignacio Ferrero jiferrero@unav.es

BIBLIOGRAFÍA

En cada sesión se detallan las lecturas que proceden.

Ferrero Muñoz, I. (2021) Ética de la actividad económica y empresarial. EUNSA, Pamplona.
[Localízalo en la biblioteca.](#)