



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

Licenciatura

Marketing e Publicidade

Unidade Curricular

Ética

Ano: 1º

Tipo: 2º Semestre

Nº ECTS: 3

Regente

Lic. António José de Castro Bagão Félix

Assistente

-

Carga Horária Lectiva Semanal

Aulas Teóricas: -

Aulas Teórico-Práticas: 2

Orientação Tutorial: -

Língua de Ensino

Português

Objectivos Gerais

Tomar consciência da importância da ética na vida social, em geral e na vida empresarial e institucional, em especial.

Objectivos Específicos

Estudar (e aplicar a casos concretos das organizações) as implicações éticas e de responsabilidade social nas suas actividades.

Competências a adquirir

Capacidade para considerar os aspectos éticos na abordagem e resolução de problemas e na tomada de decisões; discernimento face a dilemas de natureza ética que se colocam nas



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

organizações.

Metodologia de Ensino

Abordagem geral da ética e sua aplicação no tempo e no espaço. Estudo de casos. Discussão face a temas de actualidade (por exemplo, na publicidade, na comunicação social, na protecção ambiental, na convivência social, etc.)

Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

Ética: noção e fundamento
Distinção entre ética, moral e deontologia
A ética em gestão
Os desafios da ética na empresa. A dimensão contextual. A dimensão organizacional
O processo de formalização e difusão da ética. Códigos de ética e de conduta.
A ética e a cultura das organizações
A ética e a cultura de responsabilidade (no plano interno e no plano externo)
A ética e a cidadania empresarial
A ética e a concorrência
A ética e a regulação pública

Bibliografia Principal

Autor(es)

Samuel Mercier

Título

A Ética nas empresas

Edição

Local

Lisboa

Editora

Afrontamento

Ano

2003

Autor(es)

José Manuel Moreira

my



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Título

A contas com a ética empresarial

Edição

Local

Lisboa

Editora

Principia

Ano

1999

Bibliografia Complementar

Autor(es)

Andrew Crane e Dirk Matten

Título

Business Ethics

Edição

Local

Londres

Editora

Oxford University Press

Ano

2004

Autor(es)

Pedro Regojo

Título

Ética e direcção de empresas

Edição



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Local

Lisboa

Editora

AESE

Ano

2005

Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes

A avaliação será a ponderação de uma frequência final, testes intermédios, participação activa nas aulas, assiduidade, interessamento pela matéria e realização de trabalhos fora das aulas

Recursos Didácticos

Powerpoint acompanhando a exposição nas aulas teórico-práticas

Pesquisas na Net relativas a Códigos de Ética e de Conduta, bem como literatura sobre Ética

Revistas e artigos de especialidade portugueses e internacionais

Palavras-chave

Cultura, Valores, Deontologia, Prática

M. B. F. Felis