

Curso: 2º CICLO; 120 ECTS MESTRADO EM MARKETING DE SERVIÇOS Curso Nº: 6900 Nº de Registo:	Unidade Curricular: ÉTICA E RESPONSABILIDADE SOCIAL Código:
--	--

Ano: 1º	Créditos ECTS: 3	Tipo: T Teórica	Tempo de Trabalho (Horas)	
Semestre: 1º			Total: 80	Contacto: 20
Área Científica: Ciências Sociais e Humanas Código: SH			Regente: Doutora Eduarda Margarido Pires, Profª. Associada	
Competências a Adquirir: No final da aprendizagem o aluno deverá estar apto a compreender a ética do trabalho em sociedade, no business e em qualquer meio humano. Saber analisar em concreto situações onde a ética tem um papel a desenvolver. Conhecer os valores culturais da época e sua tradução no meio empresarial e no investimento (I.R.)				
Descrição do Programa: Conceitos de ética e de deontologia; Noção de normas, valores, status e grupos; A cidadania e a cidadania mundial; Alterações na sociedade: A modernidade e o industrialismo; a pós-modernidade e o informacionalismo; Ética e o comércio de 3ª Geração; Desenvolvimento dos objectivos éticos das empresas; principais temas e noções de ética nos negócios; A empresa cidadã; Problemas de aplicação da ética; ONGs; A sociedade de informação e da comunicação. Uma ética para os meios de comunicação; A Ética e Publicidade no Marketing de Serviços. Tópicos de investigação em Ética e Responsabilidade Social, no âmbito do Marketing de Serviços.				
Metodologia: As aulas serão expositivas com o recurso ao audiovisual, valorizando o diálogo e a interacção com os alunos. Haverá um período de acompanhamento e esclarecimento dos discentes visando acompanhar as investigações por eles efectuadas.				
Avaliação: A avaliação será constituída por 2 componentes, a primeira com base no trabalho desenvolvido em grupos de alunos (escrito e oral), no qual de ser efectuada uma apresentação de uma empresa com responsabilidade social, ou o desenvolvimento de um código de ética para uma empresa específica, ou um case study baseado numa notícia de índole empresaria - ponderação de 40% na nota final. A segunda terá por suporte a realização de uma prova escrita individual, no final da unidade curricular, com um peso de 60%.				
Bibliografia: 1/ Lipovestky, Gilles, <i>Metamorfosis de la cultura liberal</i> , Anagrama, Trad. Rosa Alapont, Madrid. 2003 2/ Lipovestky, Gilles, <i>A Felicidade Paradoxal</i> , gradiva, Lisboa, 2005 3/ Rolland, David, <i>Responsabilité Sociale d'Entreprises et Finance: quel enjeux</i> , PUQ, Quebec, 2005 4/ Tourain, A., <i>Um Novo paradigma</i> , Instituto Piaget, Lisboa, 2005 5/				