



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2025
<b>Tp. Período</b>	Segundo semestre
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010)
<b>Disciplina</b>	1109388 - FILOSOFIA E ÉTICA NOS NEGÓCIOS
<b>Turma</b>	ADN
<b>Local</b>	SANTA CRUZ

**Carga Horária:** 34

## PLANO DE ENSINO

### EMENTA

Filosofia empresarial. Ética e responsabilidade social. A prática administrativa e as questões de natureza filosófica. O código de ética dos profissionais de administração. Tópicos especiais em Filosofia e Ética nos Negócios.

### I. Objetivos

Ementa

Filosofia empresarial. Ética e responsabilidade social. A prática administrativa e as questões de natureza filosófica. O código de ética dos profissionais de administração. Tópicos especiais em Filosofia e Ética nos Negócios.

Plano de ensino

Objetivos

- Investigar filosoficamente a relação entre ética e mercado;
- Problematizar o processo de mercantilização da ética e da moral;
- Desenvolver o senso crítico para as questões relacionadas à ética e aos negócios.
- Introduzir o aluno aos problemas filosóficos acerca da natureza da Moralidade.
- Trazer ao conhecimento do aluno os problemas ligados à atividade dos profissionais da administração
- Conduzir o aluno a uma avaliação crítica a respeito das organizações empresariais e suas relações com (a) fornecedores; (b) colaboradores; (c) consumidores; (d) meio ambiente e; (e) sociedade em geral
- Problematizar os aspectos éticos-políticos da atividade de Administrador e papel da profissão na sociedade, enquanto criadora e mantenedora da produção de bens e serviços.

### II. Programa

Programa

1. Variedades da ética dos negócios
- 1.2. Agência Moral Corporativa
- 1.3. Os fins e os meios da governança corporativa
- 1.4 Os fins: Primazia dos acionistas ou equilíbrio entre as partes interessadas?
- 1.5 Meios: controle pelos acionistas ou também por outros?
2. Estruturas usuais para Ética dos Negócios
- 2.1. Empresas e consumidores
- 2.2 O que deve ser vendido?
- 2.3 Segurança e confiabilidade do produto
- 2.4 Publicidade 279
- 2.5 Atribuição de preços
- 3.O mercado e a moral
- 3.1 Furando a fila
- 3.2 Incentivos
- 3.3 Como o mercado descarta a moral
- 3.4 Mercados na vida e na morte
- 3.5 Direitos de nome

### III. Metodologia de Ensino

Metodologia de Ensino

Aulas explicativas e expositivas sobre os conteúdos acima. Discussão e debate sobre a temática. Leitura dirigida. Apresentação de seminários, quando necessário.

Ensino a Distância (Conforme Resolução nº 0062/2008-CEPE/UNICENTRO)

Conteúdos que serão abordados a distância

Os conteúdos abordados de forma remota serão ajustados mediante as necessidades e as ocasiões enfrentadas ao longo da disciplina.

Metodologia de trabalho

As aulas virtuais poderão ser gravadas e englobar atividades e estudos dirigidos de acordo com as necessidades da disciplina. Todas as atividades solicitadas serão previamente apresentadas e explicadas aos acadêmicos.

Tecnologias utilizadas

Será utilizada a Plataforma Moodle.

Cronograma de Tutoria presencial

As tutorias presenciais serão ajustadas com os acadêmicos a partir do estabelecimento do calendário das atividades remotas.

### IV. Formas de Avaliação



# UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE

Reconhecida pelo Decreto Estadual nº 3.444, de 8 de agosto de 1997

<b>Ano</b>	2025	
<b>Tp. Período</b>	Segundo semestre	
<b>Curso</b>	ADMINISTRAÇÃO (010)	
<b>Disciplina</b>	1109388 - FILOSOFIA E ÉTICA NOS NEGÓCIOS	<b>Carga Horária:</b> 34
<b>Turma</b>	ADN	
<b>Local</b>	SANTA CRUZ	

## PLANO DE ENSINO

### Critérios de avaliação

Os critérios de avaliação serão apresentados e explicados em cada atividade.

### Cronograma de avaliação

O cronograma e as datas das avaliações serão definidas levando em consideração o andamento do semestre. Os acadêmicos serão avisados com antecedência sobre a avaliação.

### Formas de Avaliação

A avaliação consistirá duas atividades avaliativas sobre o conteúdo apresentado na disciplina, por semestre, além de uma prova substitutiva.

Avaliação continuada

## V. Bibliografia

### Básica

#### Bibliografia

#### Básica

PONTES, A.N. et.al. (orgs). Ética dos Negócios. In: Textos selecionados em filosofia da economia. Pelotas, NEPFIL, 2002. Disponível em <https://wp.ufpel.edu.br/nepfil/files/2022/01/SIFFECO.pdf>

RACHELS, J. Os Elementos da Filosofia Moral. Barueri: Editora Manole, 2006.

SANDEL, Michael J. O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado; tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

Sandel, Michael J. Justiça - O que é fazer a coisa certa / Michael J. Sandel; (tradução de Heloisa Matias e Maria Alice Máximo). - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

### Complementar

#### Complementar

ARENDE, H. A Condição Humana. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

\_\_\_\_\_. Entre o passado e o futuro. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.

BAUMAN, Z. Ética pós-moderna. São Paulo: Paulus, 1997.

\_\_\_\_\_. O mal-estar da pós-modernidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998

GUIDDENS, A. As consequências da modernidade. São Paulo: UNESP, 1991.

LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sebastien. Os tempos hipermodernos. São Paulo: Barcarolla, 2004.

LIPOVETSKY, G. A sociedade pós-moralista: o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos. Barueri, SP: Manole, 2005.

SINGER, P. Ética prática. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

TOURAINÉ, Alain. Crítica da modernidade. Tradutor: Elia Ferreira Edel. 7.ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

TUGENDHAT, E. Lições sobre ética. Petrópolis – RJ: Vozes, 1996. VASQUEZ, Adolfo Sanches. Ética. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1969.

## APROVAÇÃO

**Inspetoria:** DEFIL/G

**Tp. Documento:** Ata Departamental

**Documento:** 377

**Data:** 26/02/2025