



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE MEDIAÇÕES INTERCULTURAIS

PROGRAMA

Disciplina: **Ética Aplicada às Negociações Internacionais**
Curso: **LEA – Línguas Estrangeiras Aplicadas às Negociações Internacionais**
Código: 1404357
Turma: 01
Período: 2019.1
Carga horária: 30h
Créditos: 02 créditos
Horário: 6ª 13:00 (2 horas-aula)
Professora: Silvia Ribeiro
Atendimento: Ambiente 58 - CCHLA (horário a combinar)

Ementa: A teoria dos valores para o entendimento da formação cultural: o individual e o social. O pluralismo cultural e a relativização dos valores nas negociações internacionais.

Objetivos:

Geral: Compreender as noções básicas que contextualizam a ética e seus desdobramentos no convívio em sociedade, bem como a sua aplicação em situações de negociação internacional.

Específicos:

- Entender os conceitos básicos da ética e a importância de ser ético
- Compreender a postura de um profissional levando em conta a ética profissional
- Contextualizar a ética nas situações do cotidiano e nas situações estratégicas
- Entender a ética e seus desdobramentos quando contextualizado na negociação internacional que envolve diferenças culturais
- Desenvolver o interesse de buscar mais informações sobre o assunto, aprofundando assim os seus estudos sobre o tema.

Metodologia: Aulas expositivo-dialogadas, trabalhos dirigidos através de leituras, seminários, exposição, pesquisa e produção textual. Utilização dos diversos instrumentos mais adequados para cada exposição como, quadro, data show, som e vídeo, e outros, conforme a situação e a proposta diária da aula.

Avaliação: Os alunos serão avaliados de forma contínua por meio de atividades propostas ao longo do semestre letivo, podendo ser prova escrita, oral, seminário, participação, atividades dirigidas, dentre outras. As regras de avaliação obedecem à resolução específica que trata desse tema na UFPB.

Serão realizadas duas avaliações, conforme descrição abaixo:

1ª avaliação: Composta de apresentações (peso 4) e avaliação escrita (peso 6)

2ª avaliação: Apresentação de Seminários (peso 8) e participação na apresentação dos colegas (peso 2)

Conteúdo:

1. Conceitos Básicos de Ética

- 1.1 Conceitos de Ética
- 1.2 Ética e Honra
- 1.3 Ética e Valor
- 1.4 Ética, Conduta e Liderança
- 1.5 Ética e Poder

1.6 Ética, Deontologia e Teleologia

1.7 Ética e Gestão

1.8 Ética Profissional

1.9 Diferenças, Respeito e Ética

1.10 Ética e Negociação Internacional

2 Casos de Ética Aplicada no cotidiano e em situações estratégicas

3 Casos de Ética Aplicadas às Negociações Internacionais

4 Tópicos Atuais e Tendências em Ética

Bibliografia:

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

ASHLEY, Patrícia Almeida; ARRUDA, Maria Cecília; NADAS, Peter. Ética e responsabilidade social nos negócios. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2006, 2008. 340p. ISBN: 9788502050679.

BROWN, Marvin T; STEFFEN, Flavio Denny. Ética nos negócios. São Paulo: Makron Books, 1993. 193p. ISBN: 8534600368.

SINGER, Peter; CAMARGO, Jefferson Luiz. Ética prática. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2006. 399p. ISBN: 8533609671

SROUR, Robert Henry. Ética empresarial: o ciclo virtuoso dos negócios. 3.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2008. 276p. ISBN: 9788535232691.

SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações: o desafio das formas de gestão. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 399p. ISBN: 9788535215571.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR

AGUILAR, Francis J; JUNGSMANN, Ruy. A ética nas empresas: maximizando resultados através de uma conduta ética nos negócios. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. 193p. ISBN: 857110381.

ANDRADE, R. O. B.; ALYRIO, R. D.; VILAS BOAS, A. A. **Cultura e ética na negociação internacional**. São Paulo: Atlas, 2006.

ARISTÓTELES. A ética: textos selecionados. 2. ed., anotada. Bauru, SP: EDIPRO, 2003. 124p. ISBN: 8572833617.

ARRUDA, M. C. C. et all. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

BUARQUE, Cristovam. Da ética à ética: minhas dúvidas sobre a Ciência Econômica. Brasília: Senado Federal, 2007. 165 p.

BAUMAN, Zygmunt; COSTA, João Rezende. Ética pós-moderna. 3.ed. São Paulo: Paulus, 2006. 285p. (Critérios Éticos) ISBN: 8534909040.

COSTA, F. J. **Marketing e ética**. João Pessoa: Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPB, 2014.

DINIZ, Debora et al. Ética em pesquisa: temas globais. Brasília: Letras Livres; Editora UnB, 2008. 403p. (Ética em Pesquisa 4) ISBN: 97885980702099788523010188.

DUPAS, Gilberto. Ética e Poder na Sociedade da Informação: de como a autonomia das novas tecnologias obriga a rever o mito do progresso. 2.ed. São Paulo: UNESP, 2001. 134 P. ISBN: 8571393516

NALINI, José Renato. Ética geral e profissional. 6.ed. São Paulo: R. dos Tribunais, 2008. 526p. ISBN: 8520317375.

OLIVEIRA, Manfredo A. de (org). Correntes fundamentais da ética contemporânea. 4.ed. Petrópolis: Vozes, c.

2000. 255 p. ISBN: 9788532624000.

PASSOS, Elizete. Ética nas organizações. São Paulo: Atlas, 2006, 2007, 2008, 2011. 184p. ISBN: 85224386259788522438624.

RODRIGUEZ, Martius Vicente Rodrigues Y. Ética e responsabilidade social nas empresas. 3.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 169 p. (Harvard Business Review) ISBN: 97885352158308535315832

SÁ, Antonio Lopes de. Ética profissional. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1998. 207p. ISBN: 8522419833.

SUNG, Jung Mo; SILVA, Josué Cândido da. Conversando sobre ética e sociedade. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 1997. 117p. ISBN: 8532615465.