



centro adscrito a:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA  
DE CATALUNYA  
BARCELONATECH

# **MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING**

## **GUÍA DOCENTE DE CULTURA CORPORATIVA**

**2021-2022**

## DATOS GENERALES

<b>Nombre:</b>	Cultura Corporativa
<b>Código:</b>	801530
<b>Curso:</b>	2021-2022
<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Dirección de Marketing
<b>Número de créditos (ECTS):</b>	5
<b>Requisitos:</b>	Sin requisitos previos
<b>Ubicación en el plan de estudios:</b>	2021-2022   Primer cuatrimestre
<b>Fecha de la última revisión:</b>	Julio de 2021
<b>Profesor responsable:</b>	Dr. Francisco Esteban Dr.ª Meritxell Obiols

## 1. DESCRIPCIÓN GENERAL

Las relaciones laborales entre la empresa y su personal vienen determinadas por factores internos y externos a la organización empresarial que, de una forma u otra, influyen en la cultura corporativa. El acelerado ritmo empresarial y profesional actual afecta de forma directa a las relaciones laborales y tiene, como se expondrá en esta asignatura, sus ventajas e inconvenientes. El entorno social y laboral está en cambio continuo y las organizaciones empresariales se ven obligadas a adaptarse a las nuevas condiciones de este mercado globalizado, manteniendo su productividad y exigiendo al personal altas dosis de flexibilidad, creatividad, innovación, capacidad de adaptación y resistencia a las fuentes de riesgo (físico y psicosocial). Por ello, los líderes de cualquier empresa moderna deberán proteger y promocionar, tanto interna como externamente, los principios que integran la cultura organizacional.

Para que las personas trabajadoras disfruten de un entorno laboral favorable, útil, adecuado y saludable, donde desarrollar su labor con la máxima eficiencia y seguridad, la empresa debe estudiar, proteger y preservar, a través de la cultura corporativa, el bienestar en este entorno, eliminando o minimizando las perjudiciales fuentes de rotura de la cultura corporativa que vayan apareciendo, al ser éstas fuentes las principales causantes de la mayoría de fuentes de conflicto, ausencias del personal al trabajo y del absentismo laboral. Cuando las personas trabajadoras se implican en potenciar y proteger las fuentes de la cultura corporativa, sienten satisfacción y están más involucradas con el proyecto empresarial. Por ello, analizaremos la manera en que la dirección de las empresas debe preparar el terreno adecuado y propicio para sembrar un clima corporativo basado en valores y principios universales, también a través del estudio de políticas de gestión de los recursos humanos. Este análisis concluirá que, mientras que un entorno laboral sano y saludable para el personal se orienta hacia los objetivos generales de bienestar empresarial, un entorno nocivo ocasiona situaciones que afectan negativamente a los principios de la cultura corporativa como el malestar, el conflicto interno y externo, etc. Además, un ambiente de desconfianza y con deficiencias significativas en las relaciones interpersonales dificulta el trabajo en equipo al tiempo que mina la implicación, la motivación y la satisfacción del personal y de los *stakeholders*.

Se expondrá la importancia que tienen, para el personal y para mantener los estándares de la cultura corporativa, las habilidades cuantitativas de las personas que deciden, enfatizando el valor de la creatividad del personal a la hora de tomar decisiones en referencia al bienestar integral de la organización, y la importancia de saber gestionar y promover emociones positivas y potenciar la creatividad entre las personas trabajadoras, hecho que mejorará significativamente su motivación y su implicación en el proyecto empresarial.

## 2. OBJETIVOS

- Conseguir que el alumno comprenda qué es la cultura organizacional, su ética y los factores que influyen en su configuración.
- Vincular la noción de gestión de la cultura corporativa con la ética personal, en tanto que es un factor decisivo en la disposición del capital humano más idóneo para el éxito del proyecto empresarial.
- Facilitar al alumnado situaciones, problemas y soluciones sobre la toma de decisiones en la gestión de la cultura corporativa.
- Analizar los principales avances en neurociencia que contribuyen en la construcción de una cultura corporativa sólida y sostenible.

## 3. CONTENIDOS

TEMA 1. El utilitarismo: el principio de la máxima felicidad

---

TEMA 2. El libertarismo y la cultura corporativa: somos nuestros propios propietarios

---

TEMA 3. Valores y cultura corporativa: dónde estamos y hacia dónde vamos

---

TEMA 4. ¿Qué se merece cada uno en la cultura corporativa? La versión de Aristóteles

---

TEMA 5. Neuroliderazgo y neuromanagement

---

## TEMA 1. EL UTILITARISMO: EL PRINCIPIO DE LA MÁXIMA FELICIDAD

### Resultados del aprendizaje

Una vez leído este capítulo y realizados los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Identificar una cultura y ética corporativa de carácter utilitarista.

- Identificar los diferentes modelos teóricos en que se argumenta dicha perspectiva corporativa y filosófica.

### Contenido

1. El utilitarismo de Jeremy Bentham.
2. El utilitarismo de John Stuart Mill.
3. Conclusiones y prospectiva.

## TEMA 2. EL LIBERTARISMO Y LA CULTURA CORPORATIVA: SOMOS NUESTROS PROPIOS PROPIETARIOS

### Resultados del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar el libertarismo.
- Identificar los modelos de liderazgo organizacional libertarios.

### Contenido

1. Los libertarios.
2. La cultura corporativa mínima.
3. ¿Somos nuestros propios propietarios?

## TEMA 3. VALORES Y CULTURA CORPORATIVA: DÓNDE ESTAMOS Y HACIA DÓNDE VAMOS

### Resultados del aprendizaje

El alumnado, después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, será capaz de:

- Identificar valores en el ámbito de la identidad corporativa.
- Identificar los diferentes modelos de identidad organizacional basados en la filosofía Kantiana.

### Contenido

1. Fundamentos.
2. Negación del utilitarismo.
3. ¿Qué es la libertad en la cultura corporativa?
4. ¿Cuál es el principio máximo de la moralidad en la cultura corporativa?
5. Versiones del imperativo moral para la cultura corporativa.

## TEMA 4. ¿QUÉ SE MERECE CADA UNO EN LA CULTURA CORPORATIVA? LA VERSIÓN DE ARISTÓTELES

### Resultados del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Identificar los diferentes modelos de trabajo propios del aristotelismo.
- Reunir la información pertinente sobre las necesidades y dificultades que tienen las empresas para lograr el bien para todos y todas.

### Contenido

1. Principios aristotélicos.
2. ¿Qué es el propósito moral en la cultura corporativa?

## TEMA 5. NEUROLIDERAZGO Y NEUROMANAGEMENT

### Resultados del aprendizaje

Después de estudiar el tema y realizar los ejercicios, el alumnado será capaz de:

- Saber aplicar algunos de los descubrimientos de la neurociencia en su día a día profesional como líderes de equipos.
- Comprender cómo funciona el cerebro, su anatomía y su fisiología, así como los procesos cerebrales que explican la conducta, la toma de decisiones, la motivación, la inteligencia emocional y la forma de relacionarse con otros.
- Aplicar las propuestas de mejora desde la neurociencia para potenciar la calidad de su vida profesional, personal y la de su equipo.

### Contenido

1. Neurociencia y gestión emocional.
2. Supervivencia y aprendizaje evolutivo: competitividad y cooperación.
3. Creatividad, pensamiento divergente y flexibilidad.
4. Estado anímico: neurotransmisores y respuestas emocionales.
5. Pasos hacia la gestión emocional.
6. Plan de acción individual.

## 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

El proceso de aprendizaje en Euncet Business School-UPC combina un conjunto de metodologías que permiten al participante alcanzar de una forma práctica e innovadora las competencias propias del perfil profesional de salida establecido en el máster y al contexto digital:

### APRENDIZAJE POR PROYECTOS

Realización de trabajos en grupo para desarrollar y presentar tareas y proyectos, resolviendo situaciones y retos que se presentaran en clase.

### CASOS PRÁCTICOS

Resolución de supuestos de problemáticas empresariales para experimentar la aplicación práctica de los contenidos teóricos de las diferentes asignaturas.

### CLASES PARTICIPATIVAS

Las sesiones lectivas se llevan a cabo mediante la interacción permanente entre el alumnado y el profesorado que las imparte con la finalidad de contrastar los conceptos tratados mediante análisis y debate abierto con el apoyo de casos prácticos reales y simulaciones.

### TUTORÍAS ONLINE

Se programarán sesiones *online* de forma personalizada para la resolución de dudas y de apoyo en los distintos trabajos y ejercicios que se plantean en el curso.

## 5. EVALUACIÓN

De acuerdo con el Plan Bolonia, el modelo premia el esfuerzo constante y continuado del estudiantado. Un 60 % de la nota se obtiene de la evaluación continua de las actividades dirigidas y el 40 % porcentaje restante del examen final, que tiene una convocatoria.

La nota final de la asignatura (NF) se calculará a partir de la siguiente fórmula:

- **NF = Nota Examen Final x 40 % + Nota Evaluación continuada x 60 %**
- Nota mínima del examen final para calcular la NF será de 40 puntos sobre 100.
- La asignatura queda aprobada con una NF igual o superior a 50 puntos sobre 100.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### 6.1. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Aguirre Romero, María Javiera. *Ética de los medios de comunicación*. Barcelona: Herder, 2016. ISBN 9788425438011.
- Sandel, Michael J. *Justicia: ¿hacemos lo que debemos?* Barcelona: Debate, 2011. ISBN 9788483069189.
- Cardona Herrero, Sergio. *Neuromanagement*. Córdoba: Almuzara, 2008. ISBN 9788496968561.
- Herreros de las Cuevas, Carlos. *Neurocoaching: la neuroplasticidad autodirigida*. Madrid: Síntesis, 2020. ISBN 9788491714507.
- Obiols, M., y Martínez-Cosentino, I. *Revolución Soft. Preparar al líder para un mundo cambiante*. Síntesis, 2019.
- Casafont, Rosa; Obiols, Meritxell; Martín, Andrés; et al. *Gimnasia emocional y coaching*. Barcelona: Horsori, 2016. ISBN 9788415212416.

### 6.2. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Rojas, Enrique. *El hombre light: una vida sin valores*. Barcelona: Temas de Hoy, 1998. ISBN 8478809252.
- Sennett, Richard. *El respeto: sobre la dignidad del hombre en un mundo de desigualdad*. Barcelona: Anagrama, 2006. ISBN 9788433961976.
- Herreros, Carlos. *Neuromanagement*. Madrid: Lid, 2012. ISBN 9788483566763.
- Eagleman, David. *El cerebro: nuestra historia*. Barcelona: Anagrama, 2017. ISBN 9788433964137.