



UFPB - Universidade Federal da Paraíba  
PRG - Pró-Reitoria de Graduação  
CCHLA - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes  
DMI - Departamento de Mediações Interculturais  
LEA-NI – Curso de Línguas Estrangeiras Aplicadas às  
Negociações Internacionais  
Disciplina: Ética Aplicada às Negociações Internacionais  
Carga Horária: 30 horas  
Prof. Roberto Vilmar Satur

## PLANO DE ENSINO

### **1. 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.

### **2. OBJETIVOS**

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

#### **2.1 Específicos**

- Permitir que o aluno entenda os conceitos básicos da ética e a importância de ser ético
- Apresentar 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
- Despertar no estudante o interesse de buscar mais informações sobre o assunto, aprofundando assim os seus estudos sobre o tema.

### **3. CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

#### **3.1 Conceitos Básicos de Ética**

3.1.1- Conceitos de Ética

3.1.2- Ética e Honra

3.1.3- Ética e Valor

3.1.4- Ética, Conduta e Liderança

3.1.5 – Ética e Poder

3.1.6- Ética, Deontologia e Teleologia

3.1.7- Ética e Gestão

3.1.8- Ética Profissional

3.1.9 – Diferenças, Respeito e Ética

3.1.10 Ética e Negociação Internacional

#### **3.2 Casos de Ética Aplicada no cotidiano e em situações estratégicas**

#### **3.3 Casos de Ética Aplicadas às Negociações Internacionais**

#### **3.4 Tópicos Atuais e Tendências em Ética**

### **4. METODOLOGIA**

Aulas expositivas com a participação e interação dos alunos, seminários e trabalhos. Utilização dos diversos instrumentos mais adequados para cada exposição como quadro, data show, som e outros, conforme a situação e a proposta diária da aula.

### **5. AVALIAÇÃO**

A avaliação do aluno é contínua e compreende as regras da universidade sendo que dentro da disciplina haverá duas notas gerais para avaliações e que, em alguns casos não terá nota máxima, pois também terão peso os trabalhos desenvolvidos durante o semestre e os seminários.

## 6. OUTRAS PRÁTICAS PEDAGÓGICAS

Incentivo ao aprofundamento do conhecimento extra-curricular através da leitura, da pesquisa e da participação em eventos sobre o tema.

## 7. BIBLIOGRAFIA

### 7.1 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.

### 7.2 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.

WEBER, Max; SZMRECSANYI, M. Irene de G. F; SZMRECSANYI, Tamas J. M. K. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 2. edição revista. São Paulo: Cengage Learning, 2010. 187p. ISBN: 8522102503.