

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	ÉTICA Y DEONTOLOGÍA		
Identificador:	31488		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2013 (BOE 10/07/2013)		
Módulo:	DIRECCIÓN RESPONSABLE		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	3	Periodo lectivo:	Segundo Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	10	Trabajo Autónomo:	140
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

La tarea moral es la misión humana por excelencia. Esta es la razón de ser de la asignatura, que quiere desarrollar en el alumno no solo el conocimiento del quehacer concreto que la profesión elegida le exige, sino también cómo llevarlo a cabo de la mejor manera posible. Pero la ética, además de estos contenidos relacionados con la profesión -parte deontológica- es la reflexión más amplia sobre la manera de vivir, considerando la autenticidad de nuestros actos. Se trata, así, de vivir lo mejor que sepamos y podamos, con la mirada bien orientada hacia el horizonte del bien común. Un planteamiento ético de este tenor conlleva una actitud crítica, responsable y atenta, especialmente para con el otro, así como un compromiso con la búsqueda de la verdad, tanto en lo intelectual como en lo relacionado con la vida cotidiana.

La asignatura está enfocada a la transmisión y profundización en los valores indispensables para integrar, en el ejercicio profesional, la perspectiva ética con las diferentes dimensiones de la profesión. A la vez, establecer un método de trabajo en el cual, los alumnos, desarrollen el análisis crítico, la reflexión sobre temas éticos, morales y sociales; analicen las consecuencias de sus decisiones; promuevan los derechos humanos y la dignidad de la persona, y contribuyan a un ejercicio responsable de la profesión. Esta visión les ayudará a contribuir de una manera más eficaz al bien común de la sociedad.

"Ética y Deontología de la publicidad y las relaciones públicas". Se imparte de forma tutorizada al no haber el mínimo de alumnos matriculados para impartirse de forma presencial y ser perteneciente a un plan de estudios en extinción: Graduado en Publicidad y Relaciones públicas -Plan 2013- (BOE 10/ 07/ 2013)

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G02	Resolución de problemas.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
Competencias Específicas de la titulación	E02	Capacidad y habilidad para responsabilizarse del área de comunicación de un organismo o empresa. Su labor se fundamenta en establecer los contactos con los diferentes públicos, tanto internos como externos, así como de la planificación, control y gestión del plan de comunicación anual.
	E04	Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión, y la docencia prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.
	E14	Capacidad para asumir el liderazgo y el reto empresarial y emprendedor en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.
	E20	Capacidad de adaptación a los objetivos organizacionales: posibilidad de formar parte de los equipos directivos (entendiendo el término en el sentido amplio de emprendedor e incluyendo actividades institucionales y sin ánimo de lucro), y de adaptarse a su cultura, haciéndolos

		compatibles e incluso sinérgicos.
	E21	Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.
	E24	Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes con el progreso humano, al mismo tiempo que conociendo los preceptos que marca el ordenamiento jurídico.
	E26	Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, consenso, autonomía, empatía y autocrítica.
	E27	Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva, tanto de manera escrita como oral.
Resultados de Aprendizaje	R01	Conocer los fundamentos teóricos de la ética y deontología profesional de la publicidad y las relaciones públicas.
	R02	Identificar el alcance ético y la responsabilidad social de las decisiones asumidas en su actividad profesional.
	R03	Valorar el aporte de la publicidad y las relaciones públicas en la búsqueda del bien común y de la aplicación de la justicia.
	R04	Capacidad para procesar, elaborar y transmitir información o comunicación que permita ofrecer una reflexión crítica sobre su actividad profesional.
	R05	Analizar los temas éticos y sociales del siglo XXI y la importancia de un ejercicio profesional acorde con los principios de la ética y la responsabilidad.

REQUISITOS PREVIOS:

Disposición para la reflexión, tanto a nivel personal como en equipo.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

"Ética y deontología de la publicidad y las relaciones públicas" es una materia perteneciente a un plan de estudios en extinción (Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas - Plan 2013 - BOE 10/07/2013) y, por lo tanto, no hay clases presenciales; se imparte de forma tutorizada.

Contenidos de la materia:

1 - Ética, Moral y Deontología.
1.1 - Principios etimológicos. Conceptos
1.2 - Moral como estructura. Moral como contenido. Moral como actitud
2 - Breve recorrido por la historia de la ética.
2.1 - Historia del pensamiento ético
2.2 - La realidad ética de nuestro mundo.
3 - Persona y vocación. Dimensiones y dignidad de la persona. Los Valores.
3.1 - ¿Qué es persona?
3.1.1 - Persona y vocación
3.1.2 - Características y dinanismos de la persona
3.1.3 - Descosificación
3.2 - Virtudes y valores
4 - Ética profesional o deontología de la publicidad y las relaciones públicas
4.1 - Una visión global del profesional de la comunicación.
4.2 - Persuasión, manipulación y propaganda
4.3 - Códigos deontológicos vinculados a la publicidad y las relaciones públicas.
5 - Cuestiones fundamentales de la ética en el siglo XXI
5.1 - Cultura de la vida y de la muerte
5.2 - El ciberespacio
5.3 - La cuestión política

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

La asignatura pretende ser un espacio de reflexión en el que la lectura libre y guiada, de cada alumno, sobre los temas propuestos, así como documentales que ilustran graves problemas actuales, sientan las bases para que el alumno participe en debates, junto con el resto de compañeros y planteen sus posiciones de forma razonada. De esta forma, bajo la premisa de que el comportamiento ético en el desarrollo de la profesión, no se improvisa, generamos en el estudiante, un antecedente de experiencia práctica, que esperamos sirva de referencia en sus decisiones futuras.

También es un objetivo más de la asignatura estimular la exposición de trabajos en el entorno de la asignatura, volcando en el alumno la responsabilidad de dotar su exposición de contenidos interesantes y provocar el debate entre sus compañeros.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Otras actividades teóricas	6
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	2
	Proyección de películas, documentales etc.	2
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	6
	Estudio individual	22
	Preparación de trabajos individuales	22
	Realización de proyectos	20
	Tareas de investigación y búsqueda de información	40
	Lecturas obligatorias	30
Horas totales:		150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Actividades:	30	%
Prueba oral:	20	%
Trabajo de investigación:	50	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

ANDREU, José María, "Pensar desde la ética", 3 vols. Especialmente el 1: Aproximación antropológica, Comuniter, Zaragoza, 2012.
ARANGUREN, José Luis L., "Ética", Madrid: Alianza Universidad, 2006 (Hay muchas ediciones).
DOMINGUEZ PRIETO, José Manuel, "Para ser persona", Madrid: Fundación E. Mounier, (sinergia roja), 2005
FERNÁNDEZ, Jonan, "Vivir y convivir. Cuatro aprendizajes básicos", Madrid: Alianza, 2008.
RODRIGUEZ DUPLÁ, Leonardo, "Ética" (Sapientia rerum), Madrid: BAC, 2006.
PIÑAS, Antonio. "Los procesos de cambio de la persona" Madrid: Fundación E. Mounier, (colecc. sinergia), 2012
TORRALBA, Francesc, "No pasar de largo", Cánoves i Samalús: Proteus, 2010

Bibliografía recomendada:

FRANKL, Viktor, "El hombre en busca de sentido"; Barcelona: Herder, 1994 (Hay muchas ediciones)
MARÍAS, Julián, "Persona", Madrid: Alianza editorial, 1996.
RODRÍGUEZ DUPLÁ, Leonardo, "Ética de la vida buena", Bilbao: Desclée, 2006.
GARCIA CAMARERO, Julio. "El decrecimiento feliz y el desarrollo humano" Edición: Los libros de la catarata. 2010.
SÁBATO, Ernesto. "La resistencia" Barcelona: Seix Barral, 2003

Páginas web recomendadas:

* Guía Docente sujeta a modificaciones