DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	ÉTICA		
Identificador:	31886		
Titulación:	GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. PLAN 2014 (BOE 15/10/2014)		
Módulo:	DIRECCIÓN RESPONSABLE		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	3	**Periodo lectivo:**	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	**Horas totales:**	150
Actividades Presenciales:	63	**Trabajo Autónomo:**	87
Idioma Principal:	Castellano	**Idioma Secundario:**	Castellano
Profesor:		**Correo electrónico:**	

PRESENTACIÓN:

La tarea moral es la misión humana por excelencia. Este es el porqué de esta asignatura, que quiere desarrollar en el alumno una reflexión ética sobre el quehacer que la profesión elegida le exige. Pero la ética, además de estos contenidos relacionados con la profesión, es un pensar más amplio 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 puesta en el horizonte del bien común. Un planteamiento 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 cada aspecto de la vida cotidiana. La comunicación se ha convertido en la activiad "estrella" de nuestro mundo, y esto supone una responsabilidad mayor por parte de los profesionales que a ella se dedican, debido al "poder" que esta actividad les otorga. La orientación de la asignatura, en este sentido, está encaminada hacia una transformación ética de la mirada, asumiendo también que la responsabilidad exigida a los profesionales no puede desentenderse de compromisos humanos concretos ni del cultivo de los valores morales. Las nuevas tecnologías, con la posible confusión entre el mundo virtual y el real, o su promoción del individualismo, incrementan la carga moral de esta materia, que invita a descubrir todos estos retos en torno a la verdad, la mirada y los valores.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis.
	G02	Resolución de problemas.
	G05	Trabajo en equipo.
	G06	Habilidades interpersonales.
	G07	Compromiso ético.
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos.
	G11	Capacidad de investigación.
Competencias Específicas de la titulación	E14	Capacidad para asumir el liderazgo y el reto empresarial y emprendedor en proyectos de naturaleza publicitaria y/ o de relaciones públicas que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social; siendo ésta, la responsabilidad social, una materia especialmente válida en el desarrollo de la actividad profesional, que ha adquirido una importancia estratégica en el seno de empresas e instituciones de toda índole.
	E15	Capacidad para entender e interpretar el entorno particular de la publicidad y de las relaciones públicas y adaptarse al cambio que prevé un contexto extraordinariamente dinámico, mediatizado por nuevas metodologías y herramientas de gestión de la actividad profesional.
	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. La formación del alumno en materias particulares de dirección responsable dentro del ámbito de las relaciones públicas, optimiza su inminente adscripción a dichos equipos profesionales; desplegando -desde la responsabilidad social y humana- una serie de habilidades directivas y de

		liderazgo en el contexto de una organización.
	E21	Destreza suficiente para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la comunicación corporativa, el marketing y la publicidad, así como para aplicar después los resultados de dichas investigaciones, a la actividad profesional o a cualquier objetivo de otro orden.
	E24	Saber afrontar los proyectos y la toma de decisiones con perspectiva, consenso, autonomía, empatía y autocrítica; siendo, todas ellas, claves perfectamente insertas en el desarrollo de propuestas de identidad publicitaria, así como de prácticas que ahondan en actividades propias de la gestión de la comunicación en las organizaciones.
	E25	Capacidad para comunicarse eficaz y correctamente, y persuadir de manera responsable y asertiva, tanto de manera escrita como oral.
	E26	Capacidad para la gestión económica y presupuestaria en sus diferentes ámbitos de actividad, teniendo en cuenta la variante financiera que acoge la profesión, derivada del estudio y puesta en marcha de iniciativas empresariales afincadas en el medio profesional publicitario y de las relaciones públicas.
	E27	Ser capaz de adoptar una visión creativa de las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen de cara a la construcción de la estrategia publicitaria.
Resultados de Aprendizaje	R01	Detectar -y "ponerles rostro"- los principales problemas éticos del mundo de la comunicación.
	R02	Cultivar hábitos intelectuales y prácticos para juzgar y actuar de manera consecuente.
	R03	Reconocer la necesidad de tener a la verdad como referencia.
	R04	Conocer el concepto de persona para no perder de vista que la persona es fin en ella misma.
	R05	Edificar una escala de valores acorde con su visión del mundo.

REQUISITOS PREVIOS:

Buena disposición para la lectura y para la reflexión personal, así como para el trabajo en equipo.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Los profesores podrán introducir cualquier modificación en la programación presentada, así como en los contenidos, sistemas de evaluación y prácticas, siempre que sea necesario conforme a la evolución del curso y de la situación sanitaria. De igual forma, esta programación queda supeditada a la evolución de la situación sanitaria durante el curso académico. Los docentes, conforme a las indicaciones que se le hagan llegar a este respecto, podrán modificar en cualquier momento la programación y modalidad de las sesiones, así como la ejecución de ciertos ejercicios y/o el sistema de evaluación.

La materia se va a iniciar siguiendo un sistema híbrido que alternará sesiones presenciales y sesiones online sincrónicas (por Teams), es decir, serán clases en directo (no grabaciones). De esta forma, los estudiantes acudirán presencialmente al aula las semanas impares del calendario académico; las semanas pares se hará un seguimiento online (mediante sesiones síncronas en Teams). En la programación semanal se ha marcado convenientemente a través de qué sistema se desarrollará cada semana y sesión. Si las circunstancias (por la pandemia) cambian y debemos pasar todas las clases al sistema online, las fechas de entrega se mantienen igual.

Los alumnos deben ser conocedores de la normativa que figura en la "guía académica de grados". Especialmente importante es la información relativa a la recuperación de pruebas de evaluación ante faltas justificadas. Solo se podrán recuperar pruebas siguiendo dicha normativa y el procedimiento que figura en la misma. Los estudiantes se hacen responsables de leer de forma autónoma toda la información sobre las prácticas y entregas que se trasladan en el aula y a través de la PDU. Es esencial que los estudiantes lean y sigan el plan de contingencia: "medidas de adaptación por cuestiones sanitarias para alumnos" y que asuman su responsabilidad individual, así como las consecuencias del no seguimiento de las mismas.

Los estudiantes deberán hacer uso de los programas que la Universidad pone a su disposición durante las semanas online: email, PDU y Microsoft Teams (entre otros); además, mantendrán el mismo horario de las asignaturas y deberán cumplir con las normas de asistencia y de puntualidad. Las instrucciones de todos los ejercicios prácticos así como otros documentos de carácter normativo e informativo serán colgadas en la PDU de la asignatura. Los estudiantes deberán leer con calma toda la documentación y aplicarla cuando sea necesario.

Contenidos de la materia:

1 - Qué es la ética. Introducción
1.1 - Principio etimológico
1.2 - Ética y moral. La moral como quehacer principal en la vida
1.3 - El mito platónico de La Caverna, como referente de la ética en Comunicación
1.4 - Entre lo legal y lo moral. Antígona (Sófocles)
1.5 - Hitos principales en la história de la ética
2 - La realidad ética de nuestro mundo. Notas para la reflexión
2.1 - Unas consideraciones sobre "La rebelión de las masas", de José Ortega y Gasset
2.2 - La política como dimensión social de la ética
2.3 - Problemas éticos de nuestro mundo: algunas nociones de bioética
3 - La persona
3.1 - Concepto de persona
3.2 - Dimensiones de la persona (características, dinamismos)
3.3 - Las relaciones interpersonales
4 - La vocación. Descubrir el sentido de la propia vida
4.1 - La vocación personal: las personas, únicas y singulares
4.2 - "Tratado de lo mejor", de Julián Marías
5 - Cuatro aprendizajes vitales en que puede resumirse la ética
5.1 - Las limitaciones humanas
5.2 - El sentido del agradecimiento
5.3 - La escucha de la propia conciencia
5.4 - La dignidad humana
6 - Los valores
6.1 - Introducción. Los valores morales como valores que humanizan
6.2 - Los ocho niveles de la vivencia del valor (López Quintás)
7 - El mundo de la Comunicación
7.1 - Consideraciones éticas
7.2 - Sobre la Teoría de McLuhan
7.3 - La civilización de la imagen
7.4 - La gravedad de la indiferencia y la importancia del compromiso

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:

Esta asignatura está planteada sobre todo como un espacio de reflexión, en el que pondremos en común nuestros puntos de vista. Esto requiere que el alumno trabaje los textos indicados y lleve a cabo las reflexiones sugeridas.

Exposición de temas en clase, tanto por parte de los profesores como por parte de los alumnos; lectura de textos escogidos y trabajos de reflexión sobre los mismos.

Trabajos en equipo, con las medidas de prevención establecidas: contrastar, debatir, poner en común... Es esencial, para que sean verdaderamente trabajos en equipo, la involucración de todos los estudiantes.

Lectura y análisis de textos clásicos (el Mito de la caverna, en *República*, de Platón y *Antígona*, de Sófocles).

Visualización de una película (*Sophie Scholl)* y algún documental o cortometraje (*El circo de las mariposas*, etc.).

Trabajo de comprensión y cuestionamiento sobre casos concretos que se dan en nuestro mundo. Los profesores pedirán a los alumnos aportaciones relativas a su futuro ámbito profesional para el debate en clase.

Presentación de problemas éticos e intentos de soluciones para los mismos, a sabiendas de que no existen "fórmulas" diseñadas, sino que es la responsabilidad de las personas la que siempre está en juego.

Debates.

Asistencia a tutorías (salvo excepciones, esta tendrán lugar en formato online).

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Clase magistral	25
	Casos prácticos	8
	Debates	10
	Exposiciones de trabajos de los alumnos	6
	Proyección de películas, documentales etc.	4
	Asistencia a charlas, conferencias etc.	4
	Otras actividades prácticas	3
	Actividades de evaluación	3
Trabajo Autónomo	Asistencia a tutorías	1
	Estudio individual	26
	Preparación de trabajos individuales	14
	Preparación de trabajos en equipo	8
	Realización de proyectos	10
	Tareas de investigación y búsqueda de información	10
	Lecturas obligatorias	12
	Lectura libre	4
	Asistencia a actividades externas (visitas, conferencias, etc.)	2
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	30	%
Trabajos en equipo:	20	%
Prueba final:	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 CELMA, José María, Pensar desde la ética. Zaragoza: Comuniter, 2012.
ARANGUREN, José Luis L., Ética. Madrid: Alianza universidad, 1986 (Hay muchas ediciones).
ARISTÓTELES, Ética a Nicómaco, Madrid: Gredos, 2002.
AYLLÓN, José Ramón, Introducción a la ética. Madrid: Palabra, 2007.
BLÁZQUEZ, Niceto. Ética y medios de comunicación. Madrid: BAC, 1994.
DOMÍNGUEZ PRIETO, Xosé Manuel. Para ser persona, Madrid: Fund. Mounier (Sinergia), 2005.
FERNÁNDEZ, Jonan. Vivir y convivir. Cuatro aprendizajes básicos... Madrid: Alianza, 2008.

LOPEZ QUINTÁS, Alfonso. La palabra manipulada. Madrid: Rialp, 2016.
PIÑAS, Antonio. Los procesos de cambio de la persona. Madrid: Fundación Emmanuel Mounier, 2012.
PLATÓN. La República. Madrid: Gredos, 2002.
SÓFOCLES. Tragedias II. Antígona. Madrid: CSIC, 1991.

Bibliografía recomendada:

ANDREU CELMA, José María. Para pensar la ética social. Zaragoza: Comuniter, 2008.
BUBER, Martin. Yo y tú. Barcelona: Herder, 2017.
LOPEZ QUINTÁS, Alfonso. El libro de los grandes valores. Madrid: B. A. C., 2014.
MARÍAS, Julián. Tratado de lo mejor. Madrid: Alianza, 1996.
ORTEGA Y GASSET, José. La rebelión de las masas. Hay muchas ediciones. Se recomienda especialmente la de Thomas Mermall. Madrid: Clásicos Castalia, 1998.

Páginas web recomendadas:

Asociación para la regulación de la comunicación comercial	www.autocontrol.es
Instituto Emmanuel Mounier	www.mounier.es
One of us	www.oneofus.com
Profesionales por la ética	www.profesionalesetica.org/
Red de Bibliotecas Universitarias Españolas	www.rebium.org

* Guía Docente sujeta a modificaciones