

Ficha Técnica: Ética y Deontología Profesional II
Curso 2026/2027

Asignatura

Nombre Asignatura	Ética y Deontología Profesional II
Código	100322040
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

José Gabriel Lorenzo López

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Nociones básicas de:

- Ética y moral en términos generales
- Ética y deontología profesional I
- Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad
- Derecho aplicado a la publicidad
- Fundamentos de marketing

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

- Conocer los principios éticos y deontológicos y aplicarlos al análisis de casos reales en publicidad y relaciones públicas.
- Explorar dilemas éticos y sus soluciones prácticas en contextos laborales.
- Comprender la importancia de la responsabilidad social y la sostenibilidad en el ámbito profesional.
- Asociar los anuncios publicitarios a las distintas corrientes éticas que se han producido a lo largo de la historia

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Fomentar el desarrollo de un criterio ético aplicado a la toma de decisiones profesionales.
- Analizar el impacto de las acciones publicitarias en la sociedad desde una perspectiva ética y deontológica.
- Preparar a los estudiantes para identificar y gestionar conflictos éticos en sus prácticas y en su futura carrera.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS BÁSICAS

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB2 Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas éticos dentro de su área de estudio.
- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS GENERALES

- CG6 Actuar de conformidad a los principios éticos, deontológicos y jurídicos en la profesión publicitaria y de las relaciones públicas.
- CG7 Respetar los principios de libertad e igualdad (género, capacidad /discapacidad, origen, condición, etc.), y defender una cultura de paz y el respeto de los derechos fundamentales en todos los tratamientos de la comunicación publicitaria.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE12 Gestionar los activos intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de esta.
- CE14 - Analizar los procesos psicológicos básicos, sociológicos, psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación y persuasión.
- CE20 - Comprender la historia del mundo actual, de la literatura universal, de la publicidad y las relaciones públicas, de la sociología, de la cultura, de la ciencia política y del pensamiento político para proyectar estos conocimientos en los trabajos publicitarios.
- CE21 Comprender y aplicar los principios básicos del ordenamiento jurídico general y en particular del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT1 Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.
- CT2 Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.
- CT3 Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de

la verdad como horizonte.

- CT4 Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.
- CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ **CONTENIDO DEL PROGRAMA**

I. Introducción a la Ética y la Moral

- Concepto básico de ética
- Concepto de moral
- Concepto de deontología
- Concepto de Derecho

II. Deontología publicitaria

- ¿Qué es?
- Principios básicos: Veracidad, identificación y justicia
- Responsabilidad social
- Derechos de los consumidores y usuarios

III. Autorregulación publicitaria

- La importancia de la autorregulación publicitaria
- Principales ámbitos de la autorregulación
- Ventajas y desventajas
- Casos prácticos

IV. Publicidad adaptada a redes sociales e internet

- La protección de la intimidad y la privacidad de los usuarios
- La publicidad y las fake news
- Regulación jurídica y códigos deontológicos de la publicidad en internet
- Casos prácticos

V. La publicidad institucional y la publicidad política

- La publicidad institucional como herramienta de concienciación

- La publicidad política comparativa
- El recurso del miedo en la publicidad política
- Caso práctico

VI. Publicidad asociada a las corrientes éticas históricas: identificación y adaptación

- Intelectualismo moral
- Hedonismo
- Eudemonismo
- Epicureísmo
- Estoicismo
- Iusnaturalismo ético
- Formalismo
- Ética material de los valores
- Socialismo utópico
- Ética nietzscheana
- Ética del discurso

➤ ACTIVIDADES FORMATIVAS

Actividades formativas

- **Clases magistrales:** Presentación de conceptos clave con ejemplos del mundo real.
- **Debates y simulaciones:** Discusión de dilemas éticos basados en casos actuales.
- **Análisis de casos prácticos:** Evaluación y solución de problemas éticos en grupo.
- **Trabajo final:** Desarrollo de un caso ético real, incluyendo análisis, solución y defensa ante un jurado simulado.

Metodología docente

- Aprendizaje cooperativo para fomentar la reflexión grupal.
- Uso de herramientas digitales y recursos actuales, como bases de datos éticas.
- Dinámicas basadas en problemas para conectar teoría y práctica.

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

1. ESCALA DE CALIFICACIÓN

- 0 4,9: Suspenso
- 5,0 6,9: Aprobado

- 7,0 8,9: Notable
- 9,0 10: Sobresaliente

1. Convocatoria ordinaria

- Examen final (oral o escrito: test, desarrollo, casos): 50% de la nota nota mínima $\geq 5/10$
- Actividades formativas (presentaciones, informes, trabajos, prácticas): 40% de la nota nota mínima $\geq 4/10$
- Asistencia: 10% de la nota

Solo se suman los tres apartados si se alcanzan ambos mínimos (examen y actividades formativas). Si no se alcanza alguno:

- Aprueba actividades formativas, suspende el examen : Conserva actividades formativas y asistencia. Va a extraordinaria solo del examen. Nota que figura en el acta de ordinaria: la del examen, sin ponderar.
- Aprueba el examen, suspende actividades formativas : Conserva la nota del examen. Va a extraordinaria a recuperar las actividades formativas. Nota que figura en el acta de ordinaria: la de actividades formativas, sin ponderar.
- Suspende examen y actividades formativas : Va a extraordinaria a recuperar ambas partes. Nota que figura en el acta de ordinaria: la del examen, sin ponderar.

2. Convocatoria extraordinaria

- Examen final: 50% de la nota nota mínima $\geq 5/10$
- Actividades formativas: 40% de la nota
- Asistencia: 10% de la nota

Según el punto de partida en la convocatoria ordinaria:

- Tenía aprobadas las actividades formativas : Se presenta solo al examen final. Se conservan actividades formativas y asistencia. Nota final: suma de las tres partes, con la ponderación de extraordinaria.
- Tenía suspendidas las actividades formativas (pero aprobó el examen) : Se conserva la nota del examen de ordinaria. Recupera las actividades formativas (ver criterio de recuperación más abajo). Nota final: suma de las tres partes, con la ponderación de extraordinaria.
- Tenía suspendidas ambas partes : Repite el examen y recupera las actividades formativas (ver criterio de recuperación más abajo). Nota final: suma de las tres partes, con la ponderación de extraordinaria.

Criterio de recuperación de las actividades formativas:

En convocatoria extraordinaria, la recuperación de las actividades formativas (incluidas

metodologías activas, cuyo formato original no siempre es reproducible fuera de su contexto de grupo y curso) se realizará mediante los instrumentos que determine el profesor responsable de la asignatura, adaptados a la naturaleza de la materia.

3. Alumnos exentos de asistencia presencial (segunda matrícula, sucesivas o dispensa académica)

Se encuentran en esta situación:

- Estudiantes de segunda matrícula o sucesivas (sin obligación de asistencia presencial).
- Estudiantes con dispensa académica reconocida por la universidad (motivos laborales, de salud, familiares, deportistas de alto nivel u otras causas justificadas).

En ambos casos se aplica el mismo esquema de evaluación, tanto en ordinaria como en extraordinaria:

- Evaluación continua (adaptada: trabajos, casos, cuestionarios, tutorías): 50% de la nota nota mínima $\geq 4/10$
- Examen final: 50% de la nota nota mínima $\geq 5/10$

4. Calificación de "no presentado"

- No consume convocatoria.
- Si el alumno ha entregado más de la mitad de las actividades formativas (o al menos tres), no puede figurar como No Presentado: su nota será la ponderación de esas actividades entregadas.

TRATAMIENTO DE LA REDACCIÓN Y LAS FALTAS DE ORTOGRAFÍA

La corrección en la expresión escrita es una condición esencial del trabajo universitario. Con objeto de facilitar la tarea de

profesores y alumnos, se adopta como referente el conjunto de criterios de calificación utilizados en la Evaluación para el Acceso

a la Universidad (EVAU) aprobados por la Comunidad de Madrid en lo que se refiere a calidad de la expresión oral y, en

particular, en relación con la presencia de faltas de ortografía, acentuación y puntuación. Se valorará la capacidad de redacción,

manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva,

para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes),

la puntuación apropiada y la adecuada presentación. Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25

cada uno, hasta un máximo de dos puntos. Estas normas se establecen con el carácter de mínimas y sin perjuicio de las

exigencias adicionales que pueda fijar cada profesor en función de los contenidos y objetivos de sus respectivas asignaturas.

No se permite el uso de dispositivos móviles en el aula.

➤ **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS**

- Autocontrol. (s. f.). Código deontológico de publicidad y relaciones públicas.
- Cortina, A. (2013). Ética mínima: Introducción a la filosofía práctica (6.ª ed.). Tecnos.
- España. (1988). Ley General de Publicidad. Boletín Oficial del Estado (BOE), núm. 250, de 19 de octubre.
- Polo, L. (2018). Ética: Hacia una versión moderna de los temas clásicos. Obras Completas XI. EUNSA.
- García-Estévez, N., Sánchez-Labela Martín, Inmaculada, Bellido-Pérez, Elena (2024). Deontología publicitaria: de la teoría a la práctica. FUOC.
- Autocontrol. (s. f.). Manual de Autocontrol sobre regulación publicitaria.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

- Los **horarios** podrán ser consultados en tiempo real en Horarios del campus virtual del alumno.
- El **calendario** de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso .
- **Tutorías**: el profesor publicará el horario de tutorías en el campus virtual de la asignatura, con independencia de que el alumno pueda solicitar por correo electrónico a la dirección del profesor las tutorías necesarias.

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía docente se ha elaborado de acuerdo con la memoria verificada de la titulación.