

Asignatura

Nombre Asignatura	Ética y Deontología Profesional I
Código	601522053
Créditos ECTS	3.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Doble Grado en Marketing y Publicidad (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	4

Datos Generales

➤ PROFESORADO

LUCAS LERGA, ÁLVARO

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

Nociones básicas de Antropología filosófica (se repasarán al comienzo del curso).

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Se trata de entender el Código Deontológico de la Profesión de Publicitario y relaciones públicas. La asignatura consta de dos partes. La Parte I tiene como objetivos:

- (1) promover una reflexión sobre la propia vida personal y profesional, abriendo horizontes sobre la proyección del obrar humano en el crecimiento personal y en el progreso y mejora de la sociedad en su conjunto;
- (2) desvelar la contribución del obrar ético al crecimiento y perfeccionamiento de las dimensiones espiritual, intelectual, volitiva, afectivo-emocional, social y profesional de la persona en todos los momentos de la propia vida;
- (3) Comprender la acción humana desde una sólida antropología que pone de relieve la dignidad de la persona, con especial atención a la libertad, la justicia, el bien individual y común, la integridad, la honestidad y la responsabilidad en la vida personal y profesional.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

Esta materia tiene una naturaleza teórico-práctica, ya que además de ayudar a los alumnos a formar sus propios criterios e implicarles responsablemente en su formación ética, busca la promoción del espíritu crítico, el desarrollo de la capacidad de razonamiento práctico y el compromiso personal del alumno con los valores éticos. Como resultado, se prevé que desarrolle dotes de liderazgo ético y tome conciencia de la dimensión ética de sus acciones en el terreno personal y profesional.

➤ 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**

Tema 1. La ética y el bien

Tema 2. La libertad

Tema 3. La verdad

Tema 4. El placer

Tema 5. El deber

Tema 6. Los sentimientos

Tema 7. El puente de los hábitos

Tema 8. La conciencia

Tema 9. El orden social

Tema 10. La justicia y las leyes

Tema 11. Dios como último fundamento

Tema 12. Ideologías y posverdad

Tema 13. La bioética

Tema 14. Familia y feminismo

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Af1 Clase magistral. Porcentaje de presencialidad: 100%. N.º horas de clase: 31.

Af2 Clase práctica. Porcentaje de presencialidad: 100%. N.º horas de clase: 16

Af3 Trabajos (individuales o grupales). Porcentaje de presencialidad: 50%. N.º horas de clase: 13

Af4 Tutorías (individuales o grupales). Porcentaje de presencialidad: 60%. N.º horas de clase: 6

Af5 Estudio independiente y trabajo autónomo del estudiante. Porcentaje de presencialidad: 0%.
N.º horas de clase: 6

Af6 Pruebas de evaluación. Porcentaje de presencialidad: 100%. N.º horas de clase: 3

METODOLOGÍAS DOCENTES

MD1 Clase magistral: presentación de los conceptos teóricos asociados a los conocimientos científicos de la materia por parte del profesor con participación o no del estudiante.

MD2 Clase práctica: clases experimentales donde el estudiante aplica conocimientos teóricos aprendidos (problemas, herramientas informáticas, etc.).

MD3 Aprendizaje cooperativo: procedimientos de enseñanza que parten de la organización de la clase en pequeños grupos mixtos y heterogéneos donde los alumnos trabajan conjuntamente de forma coordinada entre sí para resolver tareas académicas y profundizar en su propio aprendizaje.

MD9 Debates

MD10 Análisis de casos: análisis de profundidad de un caso en específico de una sola persona o grupo.

MD11 Tutorías programadas.

USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

Hoy en día, la IA Generativa está cambiando cómo trabajamos, estudiamos y, en general, cómo hacemos las cosas. Sin embargo, en el contexto de este curso, el uso de IA Generativa no está permitido salvo que el profesor lo autorice expresamente en algún ejercicio concreto. El uso de IA Generativa en trabajos, ejercicios o exámenes inutilizaría el trabajo del estudiante, imposibilitando que éste adquiriera los conocimientos y las competencias que el curso busca transmitir y fomentar.

En caso de que un estudiante empleara algún tipo de contenido generado por IA en el marco de sus respuestas, su conducta sería considerada comportamiento académico deshonesto e incurriría en suspenso en ese trabajo, ejercicio o examen, pudiendo suspender el curso en caso de que el profesor juzgara su actuación como particularmente grave.

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del aprendizaje del estudiante se lleva a cabo mediante una combinación de métodos que permiten valorar de forma continua y formativa la adquisición de las competencias previstas en la asignatura. La estrategia evaluativa se fundamenta en la diversidad de instrumentos y evidencias, buscando un equilibrio entre la evaluación objetiva y la valoración del progreso individual del estudiante. Los criterios y métodos de evaluación responden al modelo educativo de la Universidad Villanueva, centrado en el desarrollo integral del alumno, el aprendizaje significativo y la implicación activa en su proceso formativo.

1. Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria

Sistema de evaluación ponderación

Examen Prueba objetiva (oral u escrita): Exámenes sobre la materia tipo test, de desarrollo, de contenido, análisis de casos, proyectos, etc.) 40%

Evaluación continua Actividades formativas: Presentaciones, informes, trabajos individuales o grupales, dossier de prácticas o ejercicios prácticos. 50%

Asistencia 10%

Para aprobar la asignatura, es necesario superar satisfactoriamente tanto el examen como la evaluación continua.

Criterios de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

2. La convocatoria extraordinaria contempla tres posibles situaciones:

a) Estudiantes que hayan superado la evaluación continua pero no hayan aprobado el examen en convocatoria ordinaria: En este caso, se conserva la calificación de la evaluación continua, y el estudiante deberá presentarse únicamente al examen final. La calificación global resultará de la combinación de ambas partes, manteniendo los mismos porcentajes establecidos en la convocatoria ordinaria. No se admitirán trabajos adicionales en extraordinaria.

b) Estudiantes que no hayan superado la evaluación continua: Estos estudiantes deberán presentarse al examen final en la convocatoria extraordinaria, que incluirá contenidos teóricos y prácticos y permitirá recuperar las competencias no alcanzadas.

Criterios sobre la calificación de "No presentado" La calificación de "No presentado" se aplicará exclusivamente cuando el estudiante no haya realizado ninguna de las pruebas o evidencias de evaluación previstas en la convocatoria correspondiente (ordinaria o extraordinaria).

La participación, aunque sea parcial, en alguna actividad evaluable implica necesariamente la asignación de una calificación numérica

Evaluación de estudiantes en segunda o sucesivas matrículas

No tienen obligación de asistencia presencial. La evaluación se adaptará a su situación académica. No se evaluará la participación ni la asistencia presencial. Se establecerán actividades

equivalentes a las presenciales, tales como trabajos, análisis de casos, tareas prácticas o pruebas escritas, que permitan verificar la adquisición de competencias con un valor del 60% . La prueba final ponderará un 40% de la nota final.

La calificación final se regirá por los mismos criterios de exigencia y calidad que en el resto de las convocatorias, garantizando la equidad y coherencia del proceso evaluativo.

DISPENSAS ACADÉMICAS. Los estudiantes que cuenten con una dispensa académica concedida por la universidad por motivos laborales, de salud, familiares, deportistas de élite u otras causas justificadas debidamente acreditadas estarán exentos de la obligación de asistencia presencial a las sesiones de clase. No obstante, deberán cumplir con las actividades de evaluación y aprendizaje que se les asignen, siguiendo una modalidad adaptada que les permita alcanzar los resultados de aprendizaje de la asignatura.

En estos casos: No se aplicará la calificación asociada a la participación presencial ni a otras actividades cuyo desarrollo requiera asistencia física. · El profesorado establecerá actividades o pruebas alternativas que permitan evidenciar el grado de adquisición de las competencias correspondientes. · Estas actividades podrán incluir trabajos individuales, resolución de casos, análisis de lecturas, cuestionarios, tutorías virtuales u otras estrategias acordadas entre el estudiante y el docente responsable de la asignatura.

La evaluación final se realizará con los mismos criterios de calidad y exigencia que el resto del alumnado, asegurando la equidad del proceso evaluativo. Es responsabilidad del estudiante con dispensa mantenerse informado sobre los contenidos y actividades de la asignatura, así como coordinar con el profesorado la planificación y entrega de las evidencias que sustituirán a las actividades presenciales.

ASISTENCIA La asistencia a clase constituye un elemento fundamental dentro del proceso de evaluación continua, en tanto que favorece el seguimiento regular de la asignatura, la participación activa del estudiante y el desarrollo de las competencias previstas. En este sentido, se establecen los siguientes criterios: · Los estudiantes que asistan, al menos, al 80% de las sesiones programadas obtendrán la totalidad del porcentaje asignado a la asistencia en la calificación final, que corresponde a un 10% de la nota global de la asignatura. · Los retrasos injustificados impedirán el acceso al aula una vez iniciada la sesión. Estos se contabilizarán como ausencias a efectos de evaluación, salvo circunstancias excepcionales previamente autorizadas por el profesorado. La asistencia será registrada de manera sistemática por el profesorado (tanto en las sesiones presenciales) y se considerará exclusivamente en la convocatoria ordinaria. En el caso de estudiantes con dispensa académica o matriculados en segunda o sucesivas convocatorias, este criterio no será aplicable.

NORMATIVA DE ORTOGRAFÍA. El correcto uso del lenguaje escrito es un requisito esencial en los estudios de Comunicación y, por tanto, también en el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Por este motivo, la ortografía será un criterio evaluable en todas las asignaturas. Se descontarán 0,5 puntos por cada falta ortográfica, incluidas las tildes y los errores de escritura, hasta un máximo de 2 puntos. Los errores ortográficos reiterados se contabilizarán una única vez. En el caso de que la falta ortográfica o de redacción aparezca en una pieza publicitaria ya sea gráfica, audiovisual o escrita, se aplicará automáticamente una penalización de 2 puntos sobre la nota final del trabajo.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Manual:

Ayllón, J. R. (2020). *Ética actualizada* (2.ª ed.). Palabra.

Polo, L, *Ética: Hacia una versión moderna de los temas clásicos*, Obras Completas XI, EUNSA 2018.

Lecturas recomendadas:

ARISTÓTELES, *Ética a Nicómaco*, versión, introducción y notas de Javier Fernández Aguado, Madrid 2009.

POLO, Leonardo, *Quién es el hombre; Presente y futuro del hombre*, Obras Completas vol. X, EUNSA 2016.

POLO, Leonardo, *Persona y libertad*, Obras Completas vol. XIX, EUNSA 2017.

POLO, Leonardo, *La persona humana y su crecimiento*, Obras Completas vol. XIII, EUNSA 2015.

POLO, Leonardo, *Sobre el origen del hombre: Hominización y humanización*, en *Medicina y persona*, Universidad de Navarra, 1994 <http://www.leonardopolo.net/docs/Medicina.pdf>

POLO, Leonardo, *Perfil axiológico del hombre nuevo*, en *Scientia et fides* 2(1) 2014, p. 179-2002. DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/SetF.2014.009>

POLO, Leonardo, *Ética socrática y moral cristiana* en *Anuario Filosófico* n. 40/3 (2007) p. 549-570. <https://core.ac.uk/download/pdf/83570081.pdf>

POLO, Leonardo, *Tener, dar, esperar* en *Filosofía y economía*, EUNSA, 2012, P. 160-210. https://www.academia.edu/35135041/Tener_dar_esperar_Leonardo_Polo_docx

SELLÉS DAUDER, Juan Fernando, *La responsabilidad como primera dimensión ética según Leonardo Polo* en *Revista Empresa y Humanismo* vol. 24/1, Universidad de Navarra, 2021, p. 79-95. <https://revistas.unav.edu/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/40392>

Recursos bibliográficos de la Universidad Villanueva: <https://biblioteca.villanueva.edu/>

➤ HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES

1.- Los horarios podrán ser consultados en tiempo real en: [Horarios](#)

2.- El calendario de exámenes podrá ser consultado en el siguiente link sobre el general para Grados del curso 2025-26. [Calendario Académico](#)

3.- 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.