

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Ética y Deontología de la Comunicación
Código	E000005100
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Tercer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Responsable	Dr. Arturo Cadenas Iturriozbeitia
Horario	martes 9-11h y jueves 12-13h
Horario de tutorías	vía email
Descriptor	Apreciación y aplicación crítica de principios de conducta ética en el ámbito de los medios de comunicación. Ética y valores en la sociedad de la comunicación. Ética y responsabilidad profesional como periodista. Relación entre la ética periodística, valores personales y coherencia laboral. La honestidad como opción preferencial en el mundo de la comunicación. Crear noticias o intentar historias.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Arturo Cadenas Iturriozbeitia
Departamento / Área	Departamento de Ciencias Sociales y Jurídicas
Correo electrónico	acadenas@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
-Aportación al perfil profesional Apreciación y aplicación crítica de principios de conducta ética en el ámbito de los medios de comunicación. Apreciación y aplicación crítica de principios de conducta ética en el ámbito de los medios de comunicación.
Prerequisitos
Saber expresarse. Escribir correctamente. Comprensión básica de lenguaje abstracto.

Competencias - Objetivos
Competencias



GENERALES	
CG01	Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.
TRANSVERSALES	
CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.
CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social.
CT12	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación.
ESPECÍFICAS	
CE01	Conocer y entender las estructuras y políticas económicas, psico-sociales, culturales y demográficas de la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

Resultados de Aprendizaje	
RA1	Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.
RA2	Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.
RA3	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
RA4	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

Bloque I: - La cuestión central de la ética: ¿qué debo hacer? Responsabilidad y deber moral. De la moral a la ética, de la creencia a la justificación. Ética y discurso racional. La dignidad de la persona. Códigos deontológicos. Código de la FAPE.

Bloque II: Implicaciones del relativismo. Respuesta al relativismo como *ideología social*. Diálogo social y límites.

Bloque III. El comunicador ante el dilema del respeto por la diversidad cultural-religiosa. La cuestión nacionalista. Racismo y xenofobia.

Bloque IV: Información e integración. La responsabilidad social de los comunicadores.

Bloque V: Discriminación de la mujer y debate de género.

Bloque VI. Publicidad y Ética.

Bloque VII: Dilemas éticos a través de películas.

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

-Aspectos metodológicos generales de la asignatura:

-Metodología presencial: actividades

Clases teóricas

Clases prácticas 30%

Exposición de trabajos

Actividad evaluativa 10%

-Metodología no presencial: actividades.

Estudio de teoría

Preparación de trabajos

Preparación actividad de evaluación 60%

Metodología Presencial: Actividades

-Metodología presencial: actividades

Clases teóricas

Clases prácticas	30%
Exposición de trabajos	
Actividad evaluativa	10%

Metodología No presencial: Actividades

-Metodología no presencial: actividades.

Estudio de teoría
Preparación de trabajos
Preparación actividad de evaluación 60%

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen final	Prueba escrita a final de semestre. Cada pregunta se valorará independientemente –de cero a diez puntos- y la nota final será el promedio. No puede dejarse en blanco ninguna pregunta. Recuperable.	50
Realización en grupo (tres personas) de DOS trabajos colectivo. El último de ellos exigirá una investigación y análisis sobre un caso real relevante y puntuará un 70% del bloque. No recuperable	Realización en grupo (tres-cuatro personas) de DOS trabajos colectivos. Exigirán una investigación y análisis sobre un caso real relevante. El trabajo final se expondrá oralmente en grupo y se entregará al profesor. Cada trabajo se valorará específicamente de acuerdo con los siguientes criterios: 1. La claridad de ideas y conceptos así como la capacidad para relacionarlos. 2. El alcance de dichos conocimientos en el análisis de algún aspecto de la realidad. 3. El dominio de la expresión oral y escrita.	40

	<p>3. El dominio de la expresión oral y puesta en escena (en el último trabajo).</p> <p>4. El orden expositivo.</p> <p>5. La presentación (en el último trabajo).</p> <p>El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos.</p> <p>La suma de los criterios 1, 2 y 3 alcanza el 80% de la nota.</p> <p>El trabajo se puntuará entre 0 y 10 puntos.</p>	
Se evaluará participación implicación del alumnado. No recuperable	Cada alumno entregará una hoja de autoevaluación al final del curso.	10

Calificaciones

Pruebas objetivas. Examen final

Recuperable.

50 %

Realización en grupo (tres-cuatro personas) de trabajos colectivos. Exigirán una investigación y análisis sobre un caso real relevante

40% No recuperable.

Escala de actitudes 10%. No recuperable.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Bloques 1 y 2	primeras 3 semanas	semana 4
Bloue 3	semana 4 y 5	semana 6
Bloque 4	semana 7 -8	semana 9
bloque 5	semana 10 11	semana 12
bloque 6 y 7		

	semana 14y 13	semana 14
Realización en grupo (tres-cuatro personas) de trabajo colectivo. Exposición oral	Último mes de curso Exposición grupal	Exposición grupal: Semana del 3 de junio

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

– CADENAS ITURRIOZBEITIA, A (2017). *Contra el relativismo. Cuatro ensayos sobre racionalidad y comunicación social*. Editorial Académica Española. 2017.

¶¶ ¶¶ - J.L. Martínez García (1985). *La teoría de la justicia en J. Rawls*. Madrid: CEC.

- J.A. Marina y M. de la Válgoma (2000). *La lucha por la dignidad*. Barcelona: Anagrama.

Bibliografía Complementaria

ANDREWS, MATTHIJS VAN LEEUWEN, RICK VAN BAAREN. (2016). *Persuasión. 33 técnicas publicitarias de influencia psicológica*. Gustavo Gili Ed.

ELLIS – MACCLINTOCK. (1993). *Teoría y práctica de la comunicación humana*. Paidós Comunicación. Barcelona.

LIPOVETSKY, G y SERROY, J. (2015). *La estetización del mundo*. Barcelona:

MARINA, J. A. (2007). *Las arquitecturas del deseo*. Barcelona: Anagrama.

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)