

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Contenido teórico	Eventos (2 puntos)	Actividades (4 puntos)
Semana 1	Tema 1. Una aproximación a los conceptos de ética y moral 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Ética y moral 1.3. La ética como saber práctico 1.4. Neuroética 1.5. Referencias bibliográficas	Asistencia a dos sesiones presenciales virtuales a elegir al o largo del curso. (0.10 puntos cada una) Test tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	Tema 2. Las perspectivas éticas I. Una introducción a través de los dilemas morales 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Introducción 2.3. Las éticas deontológicas o de la convicción y las éticas teleológicas o de las consecuencias 2.4. La tentación del relativismo 2.5. Referencias bibliográficas	Test tema 2 (0,1 puntos)	Caso práctico 1: Los justos (1 puntos)
Semana 3	Tema 3. Las perspectivas éticas II 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. La ética discursiva 3.3. El reto de la ética aplicada 3.4. Referencias bibliográficas	Test tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 4	Tema 4. Introducción a la ética de la publicidad 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Motivos por los que una ética de la publicidad es necesaria 4.3. El bien interno de la publicidad		
Semana 5	Tema 4. Introducción a la ética de la publicidad (continuación) 4.4. Los críticos de la publicidad 4.5. Ahondando en el concepto del contrato moral 4.6. Referencias bibliográficas	Test tema 4 (0,1 puntos)	Caso práctico 2: Gracias por fumar (1 puntos)
Semana 6	Tema 5. La dimensión moral del neuromarketing 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Neuromarketing. El debate moral empieza con la propia definición 5.3. El debate sobre el neuromarketing 5.4. Cerebro y técnicas neurocientíficas 5.5. Los límites éticos 5.6. Conclusiones 5.7. Referencias bibliográficas	Test tema 5 (0,1 puntos)	
Semana 7	Semana de repaso		
Semana 8	Tema 6. El neuromarketing político y sus debates éticos 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. ¿Neuromarketing desde dónde?		Trabajo: Planes de pensiones (1 puntos)
Semana 9	Tema 6. El neuromarketing político y sus debates éticos (continuación) 6.3. En busca de una definición de neuromarketing político 6.4. La distopía y la evolución tecnológica		

	Contenido teórico	Eventos (2 puntos)	Actividades (4 puntos)
Semana 10	Tema 6. El neuromarketing político y sus debates éticos 6.5. Las particularidades del debate moral 6.6. Neuromarketing político y democracia. Haciendo balance 6.7. Referencias bibliográficas	Test tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 11	Tema 7. Nuevas tendencias de consumo: ¿El consumidor político como tendencia opuesta al neuromarketing? 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Introducción 7.3. El consumo ético y político: una aproximación teórica a su significado 7.4. El consumo de productos responsables: ¿una tendencia al alza? 7.5. Significado del consumo político y la respuesta ofrecida desde el marketing 7.6. Referencias bibliográficas	Test tema 7 (0,1 puntos)	
Semana 12	Tema 8. La RSE y la autoregulación 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. La Responsabilidad Social Corporativa 8.3. A vueltas con el concepto de autorregulación 8.4. Referencias bibliográficas	Foro de debate: Transparencia y neuromarketing (0,9 puntos) Test tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 13	Tema 9. Ética aplicada y neuromarketing 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. La actualidad de la ética aplicada en España 9.3. Autocontrol y ASA: dos modelos de gestión ética		Caso práctico 3: Empresas de neuromarketing españolas (1 puntos)
Semana 14	Tema 9. Ética aplicada y neuromarketing 9.4. La regulación ética del neuromarketing: un reto pendiente 9.5. Conclusiones. Hacia una ética del neuromarketing desde una ética del consumo 9.6. Referencias bibliográficas	Test tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		