

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	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Una aproximación a los conceptos de ética y moral</p> <p>1.1. La ética como filosofía moral 1.2. Ética y moral 1.3. La ética como saber práctico 1.4. Neuroética</p>	<p>Completa la tarea «HUELLA UNIR: Gestión del cambio» y realiza el test final (actividad a desarrollar a lo largo del semestre) (1,5 puntos)</p> <p>Actividad grupal: La banalidad del mal (3 puntos)</p> <p>Test tema 1 (0,5 puntos)</p>	<p>Presentación de la asignatura</p> <p>Clase presencial virtual práctica 1: revisión de casos actuales, solución de problemas reales, debate crítico y otras dinámicas de carácter práctico.</p>
Semana 2	<p>Tema 2. Las perspectivas éticas I. Una introducción a través de los dilemas morales</p> <p>2.1. Una introducción a través de los dilemas morales 2.2. Las éticas deontológicas o de la convicción y las éticas teológicas o de las consecuencias 2.3. La tentación del relativismo</p>	<p>Test tema 2 (0,5 puntos)</p>	<p>Clase explicativa de la actividad</p> <p>Clase presencial virtual práctica 2: revisión de casos actuales, solución de problemas reales, debate crítico y otras dinámicas de carácter práctico.</p>
Semana 3	<p>Tema 3. Las perspectivas éticas II</p> <p>3.1. La ética discursiva 3.2. El reto de la ética aplicada</p>	<p>Actividad grupal: Análisis de contenido publicitario (3 puntos)</p> <p>Test tema 3 (0,5 puntos)</p>	

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 4	<p>Tema 4. Introducción a la ética de la publicidad</p> <p>4.1. Motivos por los que una ética de la publicidad es necesaria</p> <p>4.2. El bien interno de la publicidad</p> <p>4.3. Los críticos de la publicidad</p> <p>4.4. Ahondando en el concepto del contrato moral</p> <p>Tema 5. La dimensión moral del neuromarketing</p> <p>5.1. <i>Neuromarketing</i>. El debate moral empieza con la propia definición</p> <p>5.2. El debate sobre el <i>neuromarketing</i></p> <p>5.3. Cerebro y técnicas neurocientíficas</p> <p>5.4. Los límites éticos</p> <p>5.5. Conclusiones</p>	<p>Test tema 4 (0,5 puntos)</p> <p>Test tema 5 (0,5 puntos)</p>	<p>Clase explicativa de la actividad</p> <p>Clase presencial virtual práctica 3: revisión de casos actuales, solución de problemas reales, debate crítico y otras dinámicas de carácter práctico.</p>
Semana 5	<p>Tema 6. El <i>neuromarketing</i> político y sus debates éticos</p> <p>6.1. ¿<i>Neuromarketing</i> desde dónde?</p> <p>6.2. En busca de una definición de <i>neuromarketing</i> político</p> <p>6.3. La distopía y la evolución tecnológica</p> <p>6.4. Las particularidades del debate moral</p> <p>6.5. <i>Neuromarketing</i> político y democracia. Haciendo balance</p>	<p>Actividad grupal: Elabora un código ético (3 puntos)</p> <p>Test tema 6 (0,5 puntos)</p>	
Semana 6	<p>Tema 7. Nuevas tendencias de consumo: ¿El consumidor político como tendencia opuesta al <i>neuromarketing</i>?</p> <p>7.1. Introducción</p> <p>7.2. El consumo ético y político: una aproximación teórica a su significado</p> <p>7.3. El consumo de productos responsables: ¿una tendencia al alza?</p> <p>7.4. Significado del consumo político y la respuesta ofrecida desde el <i>marketing</i></p>	<p>Test tema 7 (0,5 puntos)</p>	<p>Clase explicativa de la actividad</p>
Semana 7	Semana de repaso		
Semana 8	<p>Tema 8. La RSE y la autorregulación</p> <p>8.1. La responsabilidad social corporativa</p> <p>8.2. A vueltas con el concepto de autorregulación</p>	<p>Test tema 8 (0,5 puntos)</p>	<p>Clase presencial virtual práctica 4: revisión de casos actuales, solución de problemas reales, debate crítico y otras dinámicas de carácter práctico.</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 9	Tema 9. Ética aplicada y <i>neuromarketing</i> 9.1. La actualidad de la ética aplicada en España 9.2. Autocontrol y ASA: dos modelos de gestión ética 9.3. La regulación ética del <i>neuromarketing</i> : un reto pendiente 9.4. Algunas iniciativas de autorregulación en <i>neuromarketing</i> 9.5. Conclusiones. Hacia una ética del <i>neuromarketing</i> desde una ética del consumo	Test tema 9 (0,5 puntos)	
Semana 10	Semana de exámenes		

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.