

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 4.1. Motivos por los que una ética de la publicidad es necesaria 4.2. El bien interno de la publicidad 4.3. Los críticos de la publicidad 4.4. Ahondando en el concepto del contrato moral</p> <p>Tema 5. La dimensión moral del neuromarketing 5.1. <i>Neuromarketing</i>. El debate moral empieza con la propia definición 5.2. El debate sobre el <i>neuromarketing</i> 5.3. Cerebro y técnicas neurocientíficas 5.4. Los límites éticos 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 6.1. ¿<i>Neuromarketing</i> desde dónde? 6.2. En busca de una definición de <i>neuromarketing</i> político 6.3. La distopía y la evolución tecnológica 6.4. Las particularidades del debate moral 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>? 7.1. Introducción 7.2. El consumo ético y político: una aproximación teórica a su significado 7.3. El consumo de productos responsables: ¿una tendencia al alza? 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 8.1. La responsabilidad social corporativa 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	<p>Tema 9. Ética aplicada y <i>neuromarketing</i></p> <p>9.1. La actualidad de la ética aplicada en España</p> <p>9.2. Autocontrol y ASA: dos modelos de gestión ética</p> <p>9.3. La regulación ética del <i>neuromarketing</i>: un reto pendiente</p> <p>9.4. Algunas iniciativas de autorregulación en <i>neuromarketing</i></p> <p>9.5. Conclusiones. Hacia una ética del <i>neuromarketing</i> desde una ética del consumo</p>	<p>Test tema 9 (0,5 puntos)</p>	
Semana 10	Semana de exámenes		

NOTA

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