



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: ETICA PROFESIONAL

Código: FAD0120

Paralelo: A, A, A

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: QUINTANILLA GONZÁLEZ CECILIA BERNARDITA

Correo electrónico bquintanilla@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

El curso de ética profesional, parte del reconocimiento así como de la conceptualización de ética y moral, como referente indispensable para la fundamentación que permita develar la necesidad de una ética profesional enmarcada dentro del ámbito de la construcción del bien común, el respeto a la dignidad humana, la democracia, la responsabilidad social y profesional.

La asignatura está encaminada a fortalecer la capacidad crítica y reflexiva de los estudiantes, frente al entorno, con el fin de contribuir desde su desempeño profesional, a la construcción de una sociedad más humana y equitativa.

Se pretende una vinculación real del estudiante con el entorno y su campo profesional; por medio de la observación y el análisis crítico-reflexivo de la realidad local, regional y nacional; así como del análisis y estudio de casos que plasman de manera efectiva las nefastas consecuencias que ha ocasionado a diferentes niveles, comportamientos personales, profesionales y corporativos alejados de un referente ético, en las áreas en las que se involucra el Ingeniero-Ingeniera en Marketing.

3. Contenidos

F16-ERROR.	F16-ERROR (0 horas)
01.	Ética y Moral
01.01.	Ética y Moral: Definición, distinción (2 horas)
01.02.	Actos morales (2 horas)
01.03.	Los valores (2 horas)
01.04.	Moralidad como fenómeno social (2 horas)
01.05.	Algunos modos de ver la ética (ética de virtudes, epicureísmo, estoicismo, neoplatonismo, ética kantiana o del deber, utilitarismo, ética del superhombre, marxista, axiológica, de la liberación, comunicativa) (4 horas)
02.	Ética y Sociedad
02.01.	Principio de Alteridad (1 horas)
02.02.	Derechos Humanos (2 horas)
02.03.	Efectos del marketing sobre el consumidor individual (1 horas)
02.04.	Efectos del marketing sobre la sociedad (1 horas)
02.05.	Posturas alternativas frente a la sociedad del consumo: Consumidorismo / Ambientalismo (1 horas)
03.	Ética Profesional
03.01.	Qué es la ética profesional: importancia e impacto (2 horas)
03.02.	La responsabilidad profesional (2 horas)
03.03.	Códigos de ética de las profesiones (1 horas)
03.04.	Código de Ética de la American Marketing Association (3 horas)
03.05.	Código de Ética de la Asociación de Marketing Directo e Interactivo. Argentina (3 horas)
03.06.	Normas ecuatorianas: Defensa del consumidor (3 horas)
04.	Aplicación de la Ética en el Marketing

04.01.	Aplicación de criterios éticos en el Marketing (7 horas)
04.02.	Ética en los medios de comunicación y los mensajes publicitarios (3 horas)
04.03.	Tic's como medio difusor de información: aspectos positivos y negativos (3 horas)
05.	Relación Marketin – Responsabilidad Social
05.01.	Responsabilidad Social empresarial (1 horas)
05.02.	Programas de RSE (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
bf. Mantener un comportamiento Ético con la Profesión y la Sociedad en general.	
-La Ética profesional como base para el desempeño laboral.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
bm. Conocer los códigos profesionales que ayudan a evaluar y seleccionar la mejor estrategia	
-Diferenciar los procedimientos profesionales bajo la Ética para tomar decisiones.	-Evaluación escrita -Investigaciones -Resolución de ejercicios, casos y otros

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Síntesis y análisis cada una de las corrientes éticas	Ética y Moral	APORTE 1	5	Semana: 2 (19/09/16 al 24/09/16)
Evaluación escrita	Prueba escrita	Ética y Moral, Ética y Sociedad	APORTE 1	5	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Investigaciones	Investigar códigos de ética de Marketing vigentes en países de A.L; y su aplicabilidad	Ética Profesional	APORTE 2	5	Semana: 7 (24/10/16 al 29/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Analizar el impacto del Marketing en el contexto local; desde la perspectiva ética y social	Aplicación de la Ética en el Marketing	APORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Lectura, análisis y resolución de casos de estudio	Aplicación de la Ética en el Marketing, Ética Profesional	APORTE 3	5	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Evaluación escrita	Prueba escrita	Aplicación de la Ética en el Marketing, Ética Profesional, Relación Marketin – Responsabilidad Social	APORTE 3	5	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Evaluación escrita	Examen escrito de toda la materia	Aplicación de la Ética en el Marketing, Ética Profesional, Ética y Moral, Ética y Sociedad, F16-ERROR, Relación Marketin – Responsabilidad Social	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Evaluación escrita	Examen escrito de toda la materia	Aplicación de la Ética en el Marketing, Ética Profesional, Ética y Moral, Ética y Sociedad, Relación Marketin – Responsabilidad Social	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

La materia se desarrollará a partir del análisis de temas contextuales, basado en la teoría relacionada.

Las clases parten del contenido teórico a partir de la lectura y análisis de documentos.

Se realizará trabajo autónomo de análisis contextual

Se analizarán diferentes temas, en talleres en clase.

Criterios de Evaluación

Las evaluaciones escritas (pruebas, exámenes) estarán basadas en las clases, así como en el material bibliográfico entregado; se tendrá en cuenta la redacción, capacidad analítica y precisión de los temas solicitados. •En los trabajos de investigación, consulta y análisis se tendrá en cuenta la elaboración del trabajo escrito considerando redacción, capacidad de análisis de los diferentes temas propuestos, respeto de derechos de autor, ortografía. Así como la exposición oral, en la cual se evaluará el dominio del tema, fluidez de expresión, uso adecuado de audiovisuales. •Los aportes en clase evaluarán el análisis adecuado de los temas solicitados, así como la vinculación de los mismos con el contexto. •El examen final, incluirá el material bibliográfico entregado, las exposiciones de los estudiantes, las clases.

5. Textos

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
HORTAL ALONSO, AUGUSTO	Unijes	"ETICA DE LAS PROFESIONES"	2002	978-84-330-1718-7

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/09/2016**

Estado: **Aprobado**