



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: ETICA PROFESIONAL

Código: FAD0120

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018

Profesor: QUINTANILLA GONZÁLEZ CECILIA BERNARDITA

Correo electrónico bquintanilla@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Ninguno

| Docencia | Práctico | Autónomo: 0 | | Total horas |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 3 | | | | 3 |

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

| | |
|-------|--|
| 1 | Ética y Moral |
| 1.1 | Ética y Moral: definición (2 horas) |
| 1.2 | Objeto de estudio de la ética (2 horas) |
| 1.3 | Principios-Valores-Virtudes |
| 1.4 | Diversas corrientes éticas: ética de la virtud, epicureísmo, estoicismo, neoplatonismo, ética kantiana o del deber, utilitarismo, ética del superhombre, ética marxista, ética axiológica, ética de la liberación, ética comunicativa |
| 2 | Ética y sociedad (0 horas) |
| 2.1 | Función social de la ética: principio de alteridad (2 horas) |
| 2.2 | Derechos Humanos (2 horas) |
| 2.3 | Comercio Justo |
| 2.4 | Efectos del Marketing en el consumidor individual (6 horas) |
| 2.5 | Efectos del Marketing en la sociedad (6 horas) |
| 2.6 | Posturas alternativas frente a la sociedad de consumo (1 horas) |
| 3 | Ética Profesional (0 horas) |
| 3.1 | Qué es ética profesional (1 horas) |
| 3.2 | Importancia e impacto de la ética profesional (2 horas) |
| 3.3 | Aspectos de la ética profesional: |
| 3.3.1 | Responsabilidad (1 horas) |
| 3.3.2 | Competencia (1 horas) |
| 3.3.3 | Secreto Profesional (1 horas) |
| 4 | Análisis de la aplicación de principios éticos en el Marketing |

| | |
|-----|---|
| 4.1 | Aplicación de criterios éticos en el marketing (3 horas) |
| 4.2 | Análisis de los medios de comunicaciones y los mensajes publicitarios (3 horas) |
| 4.3 | Análisis del rol de las TIC's como medio difusor de información (3 horas) |
| 4.5 | Concepto de RSE (1 horas) |
| 4.6 | Aplicación de la RSE en el ámbito del marketing (2 horas) |
| 5 | Marketing - Responsabilidad Social |

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 |
|---|--|-----------------------------|------------|--------------|--|
| Resolución de ejercicios, casos y otros | Síntesis y exposición sobre las diferentes corrientes éticas | | APOORTE 1 | 5 | Semana: 2 (02/10/17 al 07/10/17) |
| Evaluación escrita | Evaluación escrita | | APOORTE 1 | 5 | Semana: 5 (23/10/17 al 28/10/17) |
| Trabajos prácticos - productos | Análisis y aplicación del código de ética MKT | | APOORTE 2 | 3 | Semana: 7 (06/11/17 al 11/11/17) |
| Resolución de ejercicios, casos y otros | Resolución de casos | | APOORTE 2 | 2 | Semana: 9 (20/11/17 al 25/11/17) |
| Evaluación escrita | Evaluación escrita | | APOORTE 2 | 5 | Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17) |
| Investigaciones | Trabajo grupal: impacto del marketing en la sociedad | | APOORTE 3 | 5 | Semana: 15 (02/01/18 al 06/01/18) |
| Evaluación escrita | Evaluación escrita | | APOORTE 3 | 5 | Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18) |
| Evaluación escrita | Examen final: toda la materia | | EXAMEN | 20 | Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018) |
| Evaluación escrita | Examen supletorio: toda la materia | | SUPLETORIO | 20 | Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018) |

Metodología

La materia se desarrollará a partir de la exposición de los diferentes temas, acompañados de recursos tales como: videos o casos; a partir de lo cual se pretende generar diálogo y análisis reflexivo respecto de los diferentes temas planteados.

Se desarrollarán trabajos grupales y talleres, en los que se procurará el involucramiento de los estudiantes.

Lectura y análisis de documentos.

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.

Se entregarán rúbricas para la evaluación de los trabajos

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

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|-------------------|---|------|------------------|
| Velasquez, Manueñ | Pearson | Etica en los Negocios Conceptos y casos | 2006 | 970-26-0787-6 |
| Gonzalez Alvares, Luis José | El Buho | ETICA | 2006 | 958-9482-02-3 |
| Soto Pineda, Eduardo y Cárdenas Marroquín, Jose Antonio | MacGraw Hill | "Etica en las organizaciones" | 2007 | |
| KOTLER, Philip. ARMSTRONG, Gary | Pearson Education | MARKETING Versión para América Latina | 2007 | 10:970 26-0770-1 |

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **19/09/2017**

Estado: **Aprobado**