Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Ética y Deontología de la Comunicación
PLAN DE ESTUDIOS:	Publicidad y Relaciones Públicas
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Cuarto
SEMESTRE:	Segundo
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Ángela Ruiz Terán
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	angela.ruiz@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

No aplica.

CONTENIDOS:

- Tema 1: El concepto actual de ética
  - 1.1. La ética como forma de vivir en sociedad. La moral.
  - 1.2. Los valores éticos fundamentales
  - 1.3. Deberes sociales hacia los valores éticos

- 1.4. La ética profesional
- 1.5. Los códigos de conducta empresarial

- Tema 2: La aportación de los códigos deontológicos a la reputación de los profesionales
  - 2.1. La definición del código ético
  - 2.2. Los principios fundamentales de los códigos deontológicos
  - 2.3. La Transparencia
  - 2.4. Códigos, profesionales y reputación

- Tema 3: La conducta personal y los valores sociales en la consecución del éxito profesional
  - 3.1. La conducta profesional
  - 3.2. Los valores como iniciativa de las empresas
  - 3.3. Las malas prácticas empresariales
  - 3.4. Afrontar problemas laborales

- Tema 4: La aplicación ética y deontológica dentro de la Comunicación, la Publicidad y las Relaciones Públicas
  - 4.1. Los códigos con que cuenta mi profesión
  - 4.2. El código deontológico en la información y comunicación
  - 4.3. El soporte ético de la publicidad
  - 4.4. La deontología en las Relaciones Públicas
  - 4.5. El código deontológico para la profesión del protocolo

- Tema 5: Ética y deontología en Internet y la nueva Sociedad de la Información
  - 5.1. El concepto de la Sociedad de la Información
  - 5.2. Webs y ética
  - 5.3. Ética e Internet
  - 5.4. Digitales en Internet
  - 5.5. Redes sociales y periodismo

- Tema 6: Ética y deontología en el uso de las Redes Sociales

- 6.1. Las redes sociales como información
- 6.2. Conocer las Redes por dentro
- 6.3. El marketing y la publicidad se suben a las redes. El Big data
- 6.4. Principios éticos en la aplicación de las redes
- 6.5. Ética e Inteligencia Artificial en la Comunicación

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

CG3 Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras

CG6 Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

COMPETENCIAS PROPIAS DE LA ASIGNATURA:

Que los estudiantes sean capaces de:

Aplicar conocimientos sobre ética y deontología profesional en el campo de la Comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conocer la relación entre los medios de comunicación, la ética y la deontología desde un punto de vista teórico y conceptual.
- Comprender la responsabilidad social de los medios de comunicación en el ejercicio profesional.
- Poseer habilidades para integrar principios éticos y deontológicos en el campo de la comunicación especialmente en el estado español.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje cooperativo
- Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	7,5
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	15
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	7,5
	Tutorías (individual / en grupo)	7,5
Actividades autónomas	Preparación de clases	15
	Estudio personal y lecturas	30
	Elaboración de trabajos	30
	Trabajo individual en el campus virtual	15
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	7,5

El primer día de clase, el profesor/a proporcionará información más detallada al respecto.

En cumplimiento con las medidas institucionales de garantía de la calidad académica y trazabilidad de la autoría, se destinará un mínimo del 10 % de las horas lectivas de la asignatura a la realización, supervisión y seguimiento de trabajos, actividades prácticas u otras actividades evaluables que requieran evidencias del proceso de aprendizaje del estudiantado.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Trabajos grupales	40 %
	Examen Parcial	20%

Evaluación final	Examen final teórico-práctico	40 %

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de una prueba teórico-práctica con un valor del 40% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

RÉGIMEN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Esta asignatura se rige por el Protocolo de Medidas para Garantizar la Calidad y la Integridad Académicas de UNEATLANTICO, en lo relativo al uso de herramientas de inteligencia artificial en actividades académicas y evaluativas.

Para cada actividad de evaluación, el régimen de uso de IA aplicable y el sistema de trazabilidad de autoría requerido se especificarán expresamente en el enunciado correspondiente a dicha actividad.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en el enunciado de la actividad de evaluación dará lugar a la aplicación del régimen de sanciones previsto en el Reglamento Académico del Alumno.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Aristóteles (2014). Ética de Nicómaco. Editorial Gredos.
- Del Río, M. (2018). Ética y deontología de la comunicación. Material didáctico propio de la institución.
- Serrano Moreno, J. (2017). Ética del Periodismo Español. Las 100 primeras resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE. Fragua

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Asimismo, las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura:

- Catela Marcos, I., Agejas Esteban, J.A (2020) *Series en serio: Claves éticas en la ficción audiovisual.* Digital Reasons
- Del Río Martínez, M. (2005). Manuel práctico para conocer las normas de protocolo de uso diario. Gonpat.
- Del Río Martínez, M. (2009). Manual para comunicar bien. Ediciones Gonpat.

- Feenstra, R. (2015). Ética de la publicidad: retos en la era digital. Dykinson.
- García-Fernández, F. (2007). Ética e Internet. Rialp.
- Goñi Sein, J.L. (2011). Ética empresarial y códigos de conducta. La Ley Actualidad.
- Ortega, D. (2008). Educación, ciudadanía y postmodernidad. Gens.
- Savater, F. (2014). Ética para la empresa. Conecta.
- Serrra, M. (2015). Transparencia y secreto. Visor Libros.
- Serrano Moreno, J. (2017) *Ética del periodismo español: Las 100 primeras Resoluciones de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE*. Fragua

WEBS DE REFERENCIA

No aplica

OTRAS FUENTES DE CONSULTA

No aplica