



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: ETICA PROFESIONAL
Código: FAD0120
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: QUINTANILLA GONZÁLEZ CECILIA BERNARDITA
Correo electrónico: bquintanilla@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

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.

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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Etica y Moral: definición
1.2	Objeto de estudio de la ética
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
2.1	Función social de la ética: principio de alteridad
2.2	Derechos Humanos
2.3	Comercio Justo
2.4	Efectos del Marketing en el consumidor individual
2.5	Efectos del Marketing en la sociedad
2.6	Posturas alternativas frente a la sociedad de consumo
3.1	Qué es ética profesional

3.2	Importancia e impacto de la ética profesional
3.3	Aspectos de la ética profesional:
3.3.1	Responsabilidad
3.3.2	Competencia
3.3.3	Secreto Profesional
4.1	Aplicación de criterios éticos en el marketing
4.2	Análisis de los medios de comunicaciones y los mensajes publicitarios
4.3	Análisis del rol de las TIC's como medio difusor de información
4.5	Concepto de RSE
4.6	Aplicación de la RSE en el ámbito del marketing

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

bf. Mantener un comportamiento Ético con la Profesión y la Sociedad en general.

Evidencias

-La Ética profesional como base para el desempeño laboral.

-Evaluación escrita
-Investigaciones
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-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
-Trabajos prácticos - productos

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		APORTE 1	5	Semana: 2 (02-OCT-17 al 07-OCT-17)
Evaluación escrita	Evaluación escrita		APORTE 1	5	Semana: 5 (23-OCT-17 al 28-OCT-17)
Trabajos prácticos - productos	Análisis y aplicación del código de ética MKT		APORTE 2	3	Semana: 7 (06-NOV-17 al 11-NOV-17)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Resolución de casos		APORTE 2	2	Semana: 9 (20-NOV-17 al 25-NOV-17)
Evaluación escrita	Evaluación escrita		APORTE 2	5	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Investigaciones	Trabajo grupal: impacto del marketing en la sociedad		APORTE 3	5	Semana: 15 (02-ENE-18 al 06-ENE-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita		APORTE 3	5	Semana: 16 (08-ENE-18 al 13-ENE-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

Criterios de evaluación

6. 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

Revista

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

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **19/09/2017**

Estado: **Aprobado**