

1. FICHA TÉCNICA

CURSO ACADÉMICO: 2017-2018 ASIGNATURA: Ética y Deontología Profesional
PROFESOR(ES): Dña. Teresa Calvo del Valle
CURSO: 1 TPO: BA CÓDIGO: 019803725 CRÉDITOS ECTS: 6,0
PLAN DE ESTUDIOS: 2017 UNIVERSIDAD: CES Villanueva
FACULTAD O ESCUELA: Área de Comunicación
TITULACIÓN: Grado en Comunicación Audiovisual
ÁREA DE CONOCIMIENTO: -
ÚLTIMA REVISIÓN: 01/09/2017 13:50:39

2. DATOS GENERALES

OBJETIVOS GENERALES

Teóricos

- Tomar conciencia de la importancia y necesidad de la ética profesional en el mundo actual y comprender su valor para la realización humana y social del profesional de la comunicación.
- Conocer los principios y valores básicos de la ética de la comunicación

Prácticos

- Aprender a aplicar los principios de la ética de la comunicación al ejercicio profesional, con ayuda de la experiencia de las buenas prácticas y la aportación de los códigos éticos o deontológicos del sector.
- Ejercitar la capacidad de resolución de conflictos morales en la vida profesional.

COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

Generales

Conocimientos para analizar el discurso audiovisual, atendiendo a los parámetros básicos del análisis y los modelos teóricos existentes.

Conocimientos para comprender los nuevos soportes comunicativos, además de producir, crear, distribuir y analizar contenidos específicos de los mismos.

Específicas

Conocimiento del ordenamiento jurídico, de la ética y deontología que regulan la producción audiovisual que incluye los derechos fundamentales implicados en la comunicación audiovisual y la libertad de comunicación. En concreto sobre la normativa audiovisual, derechos de autor, jurisprudencia y doctrina jurídica audiovisual.

CONTENIDOS DEL PROGRAMA

- TEMA 1. ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN. CONCEPTOS
- TEMA 2. HACIA UNA ÉTICA PROFESIONAL
- TEMA 3. DEONTOLOGÍA, REGULACIÓN Y AUTORREGULACIÓN
- TEMA 4. NATURALEZA ÉTICA DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA
- TEMA 5. ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN EN TELEVISIÓN
- TEMA 6. ÉTICA DEL PUNTO DE VISTA CINEMATOGRAFICO
- TEMA 7. ÉTICA Y COMUNICACIÓN PERSUASIVA

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

BIBLIOGRAFÍA GENERAL RECOMENDADA

BONETE PERALES, Enrique (Editor). Ética de la comunicación audiovisual. Materiales para una "ética mediática". Madrid: Tecnos, 1999

AZNAR, Hugo. Comunicación responsable. La autorregulación de los medios. 2ª edición actualizada. Barcelona: Ariel Comunicación, 2005

AGEJAS, José Angel y SERRANO OCEJAS, Francisco José. Ética de la Comunicación y de la Información. Barcelona: Ariel Comunicación, 2002

BETTETINI, Gianfranco y FUMAGALLI, Armando. Lo que queda de los medios. Ideas para una ética de la comunicación. Pamplona: EUNSA, 2001

CODINA, Mónica (Editora). De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación. Pamplona, EUNSA, 2001

MUÑOZ, Juan José. De Casablanca a Solas. La creatividad ética en el cine y la televisión. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias, 2005

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

A lo largo del curso se alternará la enseñanza teórica con casos prácticos, la lectura de libros recomendados y la realización de trabajos individuales y en grupo.

CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN
Convocatoria ordinaria

La calificación final del alumno estará integrada por los siguientes elementos:

1. Lectura y trabajo sobre el libro de Robert Spaemann *Ética. Cuestiones fundamentales*. 5%
2. Examen intermedio. 15%
3. Examen final. 70%
4. Trabajos en grupo con exposición oral del desarrollo y conclusiones del mismo. 5% nota
5. Pruebas escritas sin previo aviso. 5%

Convocatorias extraordinarias

En las convocatorias extraordinarias, la evaluación se realizará a partir de una prueba de conocimientos sobre toda la materia impartida en el curso. Si el alumno no ha presentado el trabajo sobre el libro de Spaemann deberá hacerlo previamente para poder ser calificado.

MATERIAL Y RECURSOS TECNOLÓGICOS UTILIZADOS

RECURSO
Presentaciones Powerpoint
Documentación Impresa
Videos
Internet
Correo interno de Villanueva
Apuntes