DEONTOLOGÍA DE LA PUBLICIDAD Y DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
(2013-14)

DATOS GENERALES

Código 22526

Créditos ECTS 6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
COMUNICACION Y PSICOLOGIA SOCIAL	COMUNICACION AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Contexto de la asignatura

El grado de Publicidad y Relaciones Públicas debe proporcionar un conocimiento exhaustivo de todos los elementos que conforman y se interrelacionan en el sistema de la comunicación, especialmente publicitaria y de las relaciones públicas, para su aplicación a la realidad de las organizaciones y para el desarrollo de una actitud estratégica. Los titulados deberán ser capaces de comunicarse y expresarse con coherencia y corrección en su ejercicio profesional; han de ser capaces de construir, planificar y evaluar acciones y discursos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas para la elaboración de campañas de comunicación y deben conocer las teorías, categorías y conceptos que más han incidido en las diferentes ramas de investigación, desarrollo e innovación de la comunicación empresarial e institucional así como su necesidad de autorregulación por sus consecuencias éticas y socio-culturales. Es precisamente con este último objetivo con el que se conecta la asignatura Deontología de la Publicidad y de las RR.PP. El objetivo genérico de Deontología de la Publicidad y de las RR.PP, cuyo descriptor reza "Estudio de las bases éticas, del marco legal y de las instituciones que deben regular los discursos y las relaciones entre los agentes de la comunicación estratégica. Análisis de casos. Conocimiento y aplicación del profesionalismo y la dirección de personas en la Publicidad y Relaciones Públicas" es el de ayudar al alumnado a saber hacer (bien) su trabajo, ayudar al alumnado a que el día de mañana pueda ser un buen profesional. En este sentido nuestra meta no sólo es incrementar la capacidad cognoscente del profesionalismo y la ética, sino también su capacidad para liderar, para actuar responsablemente y para relacionarse.

El Plan de Estudios para la obtención del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas contempla para ello el Módulo 7. Deontología, autorregulación profesional y regulación jurídica, de carácter mixto. Así, el bloque está formado por dos asignaturas cuatrimestrales de seis créditos cada una que se imparten en dos cursos. Una, de formación básica, Introducción al Derecho para la Comunicación y la Publicidad, se imparte en el curso primero. La otra, Deontología de la Publicidad y de las Relaciones Públicas, obligatoria, se ubica en el curso tercero.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2013-14)

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2013-14)

PARTE I. INTRODUCCIÓN. CUESTIONES Y CONCEPTOS BÁSICOS

PARTE II. OBJETO, INSTRUMENTOS Y ORGANISMOS DE LA DEONTOLOGÍA PUBLICITARIA. EL AUTOCONTROL PROFESIONAL

PARTE III. LA REGULACIÓN y AUTORREGULACIÓN DEL MENSAJE PUBLICITARIO

PARTE IV. LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA Y LA SOCIEDAD

La primera parte está destinada a delimitar conceptos introductorios y principios fundamentales. La segunda delimita los elementos y los métodos propios de la deontología: cuestiones relacionadas con la autorregulación. Y, a partir de ahí, el programa se estructura siguiendo unas imaginarias capas concéntricas que derivan de la actividad publicitaria, tratando de revisar algunos de los conflictos morales que se pueden plantear en el ejercicio de la comunicación comercial partiendo de lo individual a lo global.

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2013-14

El alumnado podrá optar por la evaluación continua o la evaluación final y tendrá que comunicarlo al profesor de teoría y de práctica en la primera semana. EVALUACIÓN CONTINUA Teoría: Se evaluará con una prueba en el periodo lectivo. Hay que superar un 2 sobre 5 para poder sumar las prácticas. Práctica. Realización y entrega de prácticas. La materia práctica se compone de una serie de casos y/o textos, vídeos y noticias que tienen como objetivo complementar el contenido teórico de la materia. Requiere la asistencia a clase. Las prácticas de la asignatura se corresponden con el 50% de la nota final. Solamente si se obtiene una nota igual o superior a 2 puntos en esta parte, podrá ser sumada a la parte de teoría en la modalidad evaluación continua. Es preciso obtener como mínimo un dos en cada una de las partes para poder sumar, pero es preciso obtener al menos un 5 en la suma conjunta para superar la materia. EVALUACIÓN FINAL El alumnado podrá examinarse de la materia teórica y práctica en un único examen final (QUE PUEDE SER ORAL) fijado en la convocatoria de Junio y/o Julio.(50% teoría y 50% práctica). Es preciso obtener como mínimo un dos en cada una de las partes para poder sumar, pero es preciso obtener al menos un 5 en la suma conjunta para superar la materia. LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA IMPLICA LA REALIZACIÓN DEL EXAMEN DE LA TEORÍA Y DE LA PRÁCTICA.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación