

| | | | | |
|---|---------------------------------|----------|--------------------------------------|------------|
| UNIDAD | CUAJIMALPA | DIVISION | CIENCIAS DE LA COMUNICACION Y DISEÑO | 1 / 3 |
| NOMBRE DEL PLAN LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION | | | | |
| CLAVE | UNIDAD DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE | | CRED. | 8 |
| 450123 | ETICA DE LA COMUNICACION | | TIPO | OBL. |
| H.TEOR. 4.0 | SERIACION | | TRIM. | VII al XII |
| H.PRAC. 0.0 | | | | |

OBJETIVO(S):

Objetivo General:

Que al final del curso el alumno sea capaz de:

Reconocer la importancia de la ética de la comunicación en la formación de profesionales socialmente responsables, así como la estructura normativa de su campo de acción.

Objetivos Específicos:

Que al final del curso el alumno sea capaz de:

1. Valorar las implicaciones éticas en la toma de decisiones públicas y privadas, en el ámbito de la comunicación social, de entretenimiento y multimediática.
2. Evaluar y desarrollar códigos de ética derivados de la aplicación de las teorías revisadas.

CONTENIDO SINTETICO:

1. Discurso ético y esfera moral.
 - 1.1 Ética normativa y ética consecuencialista.
 - 1.2 Ética mínima y máxima.
 - 1.3 Normas morales y normas positivas.
2. Ética en la sociedad de la comunicación.
 - 2.1 La búsqueda del bienestar y la calidad de vida.



UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

APROBADO POR EL COLEGIO ACADEMICO
EN SU SESION NUM. 288

EL SECRETARIO DEL COLEGIO