



Guía docente

Datos Identificativos					2023/24
Asignatura (*)	Ética y Deontología Profesional de la Industria de la Moda		Código	710G03011	
Titulación	Grao en Xestión Industrial da Moda				
Descritores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos	
Grado	1º cuatrimestre	Segundo	Formación básica	6	
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Humanidades				
Coordinador/a	Díaz Seijas, Raquel	Correo electrónico	raquel.dseijas@udc.es		
Profesorado	Díaz Seijas, Raquel	Correo electrónico	raquel.dseijas@udc.es		
Web					
Descripción general	<p>Esta asignatura pretende introducir al estudiante de primer ciclo del Grado GXIM en las nociones y problemas básicos de la teoría ética, en primer lugar; en segundo lugar, se introducirá también al estudiante en las nociones y problemas básicos de una rama de la ética aplicada, la ética empresarial o corporativa en tres niveles: macroeconómico, meso y micro; en tercer lugar, esta asignatura persigue que el estudiante pueda poner en práctica lo aprendido aplicando los conceptos y enfoques de la Ética al análisis de dilemas hipotéticos y/o reales en el ámbito de la ética corporativa o empresarial, y en el marco de ésta también a los posibles dilemas surgidos en el ejercicio profesional individual.</p> <p>En conjunto, pues, se pretende proporcionar al futuro profesional en Gestión de Industria de la Moda un instrumental analítico y crítico, basado en la Ética y también en la Filosofía política, con el que analizar valorativamente el desarrollo de la actividad empresarial en general, y de la Industria de la Moda en particular.</p>				

Competencias / Resultados del título

Código	Competencias / Resultados del título
A14	Tener una perspectiva clara del papel de las personas en la organización, y conocer las herramientas de gestión de recursos humanos necesarias para conseguir la máxima implicación y rendimiento de las mismas.
A15	Conocer y asumir la perspectiva ética y los valores esenciales sobre los que debe descansar el mundo de la moda y sus empresas.
A17	Saber implementar programas de responsabilidad social corporativa (en los mercados de la moda).
B1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
B2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
B3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
B4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	Capacidad para la cooperación, el trabajo en equipo y el aprendizaje colaborativo en entornos interdisciplinares
B8	Capacidad de planificación, organización y gestión de recursos y operaciones
B9	Capacidad de análisis, diagnóstico y toma de decisiones
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía respetuosa con la cultura democrática, los derechos humanos y la perspectiva de género.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Adquirir habilidades para la vida y hábitos, rutinas y estilos de vida saludables.
C7	Desarrollar la capacidad de trabajar en equipos interdisciplinares o transdisciplinares, para ofrecer propuestas que contribuyan a un desarrollo sostenible ambiental, económico, político y social.



C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.
C9	Tener la capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Introducir al estudiante de primer ciclo del Grado GXIM en las nociones y problemas básicos de la teoría ética.	A15	B1 B4	C8 C9
Introducir al estudiante en las nociones y problemas básicos de una rama de la ética aplicada, la ética empresarial o corporativa en tres niveles: macroeconómico, meso y micro.	A14 A15 A17	B3 B9	C5 C7 C8
Poner en práctica lo aprendido aplicando los conceptos y enfoques de la Ética al análisis de dilemas hipotéticos y/o reales en el ámbito de la ética corporativa o empresarial, y en el marco de ésta también a los posibles dilemas surgidos en el ejercicio profesional individual.	A14 A15 A17	B2 B5 B6 B8	C4 C6

Contenidos	
Tema	Subtema
1. Nociones básicas de Ética	Ética y moral. Definición del comportamiento moral Las raíces naturales del comportamiento moral. Relación y distinción entre normas morales y otras normas: Moral y Religión. Moral y derecho. Moral y normas sociales. Niveles de razonamiento moral. Modelos de argumentación moral: enfoques teleológicos y deontológicos. De la ética teórica a la ética aplicada. El surgimiento de la ética empresarial. Niveles de la ética empresarial: macro, meso y micro.
2. Ética de la empresa. Nivel macro. Ética en el ámbito de la actividad económica	La Justicia y la distribución económica. La naturaleza de la Justicia. El enfoque utilitarista de la Justicia. La alternativa al utilitarismo en la teoría de la Justicia de Rawls. La naturaleza del capitalismo. Un análisis crítico del capitalismo. Los retos del futuro.
3. Ética de la empresa. Nivel meso.	Los elementos fundamentales de la ética empresarial: empresas, consumidores; medio ambiente natural y social. La Responsabilidad Social Corporativa (CSR/RSC/RSE) de las empresas. Otras áreas de responsabilidad empresarial: la relación directa con los consumidores y el debate sobre la publicidad. La responsabilidad medioambiental de las empresas: medio ambiente, derechos de los animales.
4. Ética de la empresa. Nivel micro. Ética profesional.	La relación entre los profesionales y las empresas: Los derechos de los trabajadores y las empresas. El conflicto entre los deberes morales de los trabajadores y sus obligaciones profesionales. La discriminación y la desigualdad en el entorno de trabajo.

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciales y virtuales)	Horas trabajo autónomo	Horas totales
Sesión magistral	A15 B1 B2 B3 C8 C9	25	25	50
Estudio de casos	A14 A15 A17 B3 B6 C6	10	10	20



Prácticas a través de TIC	A14 A15 A17 B2 B3 B4 B5 B6 B8 B9 C4 C7 C9	1	10	11
Eventos científicos y/o divulgativos	A17 B4 B9 C4 C5 C7	3	3	6
Actividades iniciales	B1	3	3	6
Prueba de ensayo/desarrollo	B1 B2 B3 B4 B5 C4 C7 C9	3	24	27
Trabajos tutelados	A15 A17 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 C4 C7 C8 C9	15	15	30
Atención personalizada		0		0

(*Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Desarrollo en clase presencial de las unidades previa entrega a los alumnos del texto completo de estas unidades, basadas a su vez en su totalidad en publicaciones de investigación de los profesores responsables de la asignatura y en obras de referencia generales y/o especializadas.
Estudio de casos	Análisis de casos reales o hipotéticos sobre los problemas éticos aplicados planteados en el programa de la asignatura.
Prácticas a través de TIC	Realización de actividades teóricas o prácticas específicas a través de medios informáticos remotos y entrega de estas actividades, y de todas las demás actividades de la materia, a través de la plataforma virtual de la UDC.
Eventos científicos y/o divulgativos	Seminario presencial con un/a destacado/a especialista y/o investigador/a en el ámbito de la ética empresarial en general o de la ética de la industria de la moda en particular.
Actividades iniciales	Cuestionarios previos de evaluación de conocimientos básicos sobre Ética y Filosofía Política, así como de conocimientos de Filosofía en general.
Prueba de ensayo/desarrollo	Desarrollo por escrito en tiempo limitado de un ejercicio de análisis teórico y práctico de un caso práctico con uso obligatorio del material teórico de la asignatura y en el que el/la alumno/a deberá formular una hipótesis con argumentos y contrargumentos.
Trabajos tutelados	Respuesta progresiva y tutelada de los ejercicios de control incluidos al final de cada unidad proporcionada previamente a los alumnos incluyendo el texto completo de las sesiones magistrales.

Atención personalizada	
Metodologías	Descripción
Trabajos tutelados	<p>Todas las actividades necesitadas de atención personalizada irán acompañadas de tutorías específicas (al menos 1 hora por actividad) individualizadas para guiar su realización.</p> <p>En el caso de los alumnos con dispensa académica o exención de asistencia obligatoria, la atención personalizada se llevará a cabo de forma completamente on-line (vía Skype corporativo de la UDC) si el estudiante así lo desea, dentro del horario de tutorías específico de los profesores de la asignatura publicado al comienzo de cada cuatrimestre en la web de la Facultad de Humanidades e Información y Documentación.</p>

Evaluación			
Metodologías	Competencias / Resultados	Descripción	Calificación
Trabajos tutelados	A15 A17 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B9 C4 C7 C8 C9	Desarrollo por escrito en tiempo limitado de un ejercicio de análisis teórico y práctico de un caso práctico con uso obligatorio del material teórico de la asignatura y en el que deberá formularse una hipótesis con argumentos y contrargumentos.	60



Prueba de ensayo/desarrollo	B1 B2 B3 B4 B5 C4 C7 C9	Desarrollo por escrito en tiempo limitado de un ejercicio de análisis teórico y práctico de un caso práctico con uso obligatorio del material teórico de la asignatura y en el que deberá formularse una hipótesis con argumentos y contrargumentos.	40
-----------------------------	----------------------------	--	----

Observaciones evaluación

Los alumnos sin dispensa académica deberán realizar en los plazos prefijados en clase los cuestionarios relativos a todos y a cada uno de los temas del programa, así como todas las actividades que los profesores programen para las clases, incluida la reseña obligatoria de un libro indicado más abajo. Estos trabajos serán evaluados de forma continua y tendrán un peso en la calificación global de un 60%. Será requisito indispensable para ser evaluado la asistencia regular (al menos un 75% de asistencias acreditadas por hoja de firmas), con participación activa y aprovechamiento, a las sesiones presenciales y en particular a los posibles seminarios organizados por los coordinadores de la materia y del Grado. Estos alumnos tendrán también que realizar un examen oficial, cuyo peso en la evaluación global será de un 40%. Tanto en la primera oportunidad como en la segunda oportunidad, para ser calificados, los alumnos deberán haber entregado todos y cada uno de los cuestionarios obligatorios de los temas de la asignatura, así como las actividades adicionales de clase. Las calificaciones de los trabajos que los alumnos hayan aprobado en primera oportunidad se mantendrán para la segunda oportunidad y se sumarán a las calificaciones obtenidas en ésta. En la segunda oportunidad no se exigirá la entrega de las actividades adicionales de clase. En la segunda oportunidad será obligatoria también la realización de un examen oficial. En todo lo relativo a los alumnos con dispensa académica, esta guía se regirá por la normativa específica establecida en cada momento por la UDC y por las normas o criterios específicos que la Facultad de Humanidades y Documentación pueda también tener establecidos. **NOTA ADICIONAL: ACTIVIDAD OBLIGATORIA A REALIZAR POR TODOS LOS ESTUDIANTES DE CUALQUIER MODALIDAD. LOS ESTUDIANTES DEBERÁN ENTREGAR ANTES DE LA FECHA GENERAL DE ENTREGA DE TODOS LOS TRABAJOS UN RESUMEN DE NO MENOS DE 10 PÁGINAS DEL SIGUIENTE LIBRO:**

Elena Salcedo: Moda ética para un futuro sostenible. Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2014.

Los estudiantes, con previa identificación vía usuario y clave de la UDC, pueden acceder a la lectura on-line de este libro de forma gratuita en el siguiente enlace:

IN THE CASE OF ERASMUS STUDENTS THAT COULDN'T READ SPANISH, THEY MUST READ AND WRITE A TEN PAGES SUMMARY OF THE FOLLOWING BOOK:

Gwilt, Alison and Timo Rissanen. Shaping Sustainable Fashion : Changing the Way We Make and Use Clothes. London ; Washington, DC: Earthscan, 2010.

(A copy will be provided to students.)

Fuentes de información

Básica	Blackburn, S. (2003). Ethics : a very short introduction. Oxford ; New York: Oxford University Press. Guisán, E. (2006). Introducción a la ética (3ª ed.). Madrid: Cátedra. Gwilt, Alison y Timo Rissanen. Shaping Sustainable Fashion : Changing the Way We Make and Use Clothes. London ; Washington, DC: Earthscan, 2010. Lozano, F. (2011). Qué es la ética de la empresa. Barcelona: Proteus. Como e-book en 2012. Panza, C., y Potthast, A. (2010). Ethics for dummies. Hoboken: Wiley. Salcedo, Elena: Moda ética para un futuro sostenible. Barcelona, ??Gustavo Gili Editorial, 2014. Velasquez, M. G., Herrero Díaz, M. d. J., & Estrada Velázquez, E. (2012). Ética en los negocios : conceptos y casos (7ª ed.). México: Prentice Hall. Existe también la 7ª ed. en inglés: Velasquez, Manuel G. (2012): Business ethics : concepts and cases. New York: Pearson. *****Esta será la obra básica de referencia*****
---------------	--



Complementária	<p>Conrad, C. A. (2018). Business Ethics - A Philosophical and Behavioral Approach. Cham: Springer Nature. Cortina Orts, A. (2008). Ética de la empresa : claves para una nueva cultura empresarial (8ª ed.). Madrid: Trotta. Frederick, R. E. (2002). A companion to business ethics. Oxford: Blackwell Publishers. Heath, E., Kaldis, B., & Marcoux, A. (2019). The Routledge Companion to Business Ethics. London: Routledge. Hinman, L. M. (2013). Ethics : a pluralistic approach to moral theory (5th ed.). Boston, MA: Wadsworth Pub Co. Hoffman, W. M., Frédérick, R., & Schwartz, M. S. (2014). Business ethics : readings and cases in corporate morality (5th ed ed.). Chichester (West Sussex): Wiley. Klein, N. (1999). No space, no choice, no jobs, no logo : taking aim at the brand bullies. New York: Picador USA. Klein, N. (2017). No logo : el poder de las marcas. Barcelona [etc.]: Paidós. Minney, S. (2017). Slave to Fashion. Oxford: New Internationalist Publications. Minney, S., & Watson, E. (2011). Naked fashion : the new sustainable fashion revolution. Oxford New Internationalist. Savater, F. (2014). Ética para la empresa. Barcelona: Conecta. Shaw, W. H. (2017). Business ethics (9th edition. ed.). Boston, MA: Cengage Learning. Svendsen, L. F. H. (2006). Fashion : a philosophy. London: Reaktion.</p>
-----------------------	--

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías