

Ética Profissional no Marketing / Período: 4

Professor: Juliane Andrade Ferreira (Especialista)

CH: 80h

Ementa:

A disciplina de Ética Profissional aborda a postura do Tecnólogo em Marketing no mercado de trabalho. Diante de temas atuais, o conteúdo trata do comportamento, competências, conhecimentos, habilidades e atitudes profissionais de acordo com a realidade onde está inserido. Após os estudos o aluno estará apto a definir o perfil profissional ideal ao cenário em que deseja atuar profissionalmente.

Metodologia:

As aulas a distância serão realizadas em vídeo aulas, material disponível no Ambiente Virtual de Aprendizagem (AVA), atividades de apoio para exploração e enriquecimento do conteúdo trabalhado, fóruns de discussão, atividades de sistematização, avaliações e laboratórios práticos virtuais.

Recursos Didáticos:

Livro didático;
Vídeo aula;
Fóruns;
Estudos Dirigidos (Estudo de caso);
Experimentos em laboratório virtual;
Biblioteca virtual;
Atividades em campo

Conteúdo Programático:

A crise de valores na sociedade e a ética
- A sensibilidade e o comportamento moral
- A razão e o comportamento moral
- Campo ético e senso moral
O nascimento da ética: ética e história
- Os valores, as decisões e ações que nos tornam humanos
Conhecimentos necessários para a conduta pessoal e profissional
- O juízo moral e a ética
- A evolução do juízo moral e agir adulto
- O fundamento social na moral e na ética
Aprendizado da moral e da ética
- A universalidade da ética e os conflitos morais
- Práticas sociais, morais, éticas e o cidadão
A ética e a ação profissional
- Ética e responsabilidade profissional

Sistema de Avaliação:

A distribuição dos 100 pontos acontecerá da seguinte forma durante o período de oferta da disciplina:

Fórum de Discussão Avaliativo: 10%

Estudo Dirigido: 10%

Avaliação Parcial I : 15%

Avaliação Parcial II : 15%

Avaliação Final: 50%

Caso o aluno não alcance no mínimo 60% da pontuação distribuída, haverá a **Avaliação Suplementar** com as seguintes características:

Todo o conteúdo da disciplina. Valor: 100 pontos

Pré-requisito: Resultado Final ≥ 20 e < 60

Regra: $(\text{Resultado Final} + \text{Nota Prova Suplementar}) / 2$

Média final para Aprovação: ≥ 60 pontos

Bibliografia Principal:

CHIAVENATO, Idalberto. Recursos Humanos. 6a edição, São Paulo, editora Atlas, 2000.

BOCK, Ana Mercês Bahia, FURTADO, Odair e TEIXEIRA, Maria Lourdes Trassi. Psicologias: Uma introdução ao estudo de Psicologia. 13a edição, São Paulo, ed. Saraiva, 2001.

NALINI, JOSE RENATO. ETICA GERAL E PROFISSIONAL. 12. ed. Thomson Reuters. Revista dos Tribunais. 2015.

Bibliografia Complementar:

COTRIM, Gilberto. Fundamentos da Filosofia para uma geração consciente. 3a edição, São Paulo, ed. Saraiva, 1988.

LOPES DE SÁ, ANTONIO. ETICA PROFISSIONAL. 9. ed. Atlas, 2009.

PATRUS-PENA, Roberto.; Castro, Paula Pessoa Ética nos Negócios. Condições, Desafios e Riscos. Atlas, 2010.

SANTOS, Fernando Almeida. Ética Empresarial Políticas de Responsabilidade Social em 5 Dimensões. Atlas, 2014.

Por ser verdade, firmo o presente documento.
Ipatinga/MG - 03 de Julho de 2025


Thyciane Alviera Gonçalves Freitas
Secretária Acadêmica