

**FI A DISCIPLINEI****1. Date despre program**

1.1 Instituția de învățământ superior	Universitatea “Alexandru Ioan Cuza” din Iași
1.2 Facultatea	Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
1.3 Departamentul	Științe ale Comunicării și Relații Publice
1.4 Domeniul de studii	Științe ale comunicării
1.5 Ciclul de studii	Licență
1.6 Programul de studii / Calificarea	Comunicare și relații publice/ Specialist în relații publice

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	Etic						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect.univ.dr. Viorel Țuțu						
2.3 Titularul activităților de seminar	Dr. Bogdan Guguianu						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestru	I	2.6 Tip de evaluare	Vp	2.7 Regimul disciplinei	OB

3. Timpul total estimat (ore pe semestru și activități didactice)

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	din care: 3.2 curs	2	3.3 seminar	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	din care: 3.5 curs	28	3.6 seminar	28
3.7 Din care: Total ore <u>on-line</u>	0	din care: 3.8 curs on-line	0	din care: 3.9 seminar on-line	0
Distribuția fondului de timp					ore
Studiu după manual, suport de curs, bibliografie și altele					25
Documentare suplimentară în bibliotecă, pe platformele electronice de specialitate și pe teren					14
Pregătire seminarii/laboratoare, teme, referate, portofolii și eseuri					14
Tutoriat					10
Examinări					6
Alte activități					0
3.7 Total ore studiu individual					69
3.8 Total ore pe semestru					125
3.9 Număr de credite					5

4. Precondiții (dacă este cazul)

4.1 De curriculum	–
4.2 De competențe	–

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	–
5.2 De desfășurare a seminarului	–

6. Competențe specifice acumulate

Competențe profesionale	C1. Definirea principalelor concepte, teorii și modele teoretice specifice domeniului, înțelegerea lor și a terminologiei de specialitate; C1.1 Cunoașterea noțiunilor de bază ale eticii; C1.2. Cunoașterea principalelor teorii normative ale eticii; C1.3. Cunoașterea principalelor modele de decizie etică privind activitatea de comunicare publică ; C2. Utilizarea terminologiei pentru descrierea dilemelor morale specifice domeniilor comunicării publice și aplicarea modelelor etice pentru rezolvarea acestora; C2.1. Utilizarea terminologiei pentru descrierea dilemelor morale specifice domeniilor comunicării publice; C2.2. Aplicarea modelelor etice de decizie pentru rezolvarea dilemelor de natură morală din activitatea profesională a specialiștilor în comunicarea publică .
--------------------------------	--



Competențe transversale	CT1 Rezolvarea în mod realist - cu argumentare atât teoretic , cât și practic - a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora CT2 Aplicarea tehnicilor de muncă eficient în echipă multidisciplinară cu îndeplinirea anumitor sarcini pe paliere ierarhice
--------------------------------	---

7. Obiectivele disciplinei (din grila competențelor specifice acumulate)	
7.1. Obiectivul general	Formarea abilității de a înțelege dimensiunea etică a comunicării publice, de a cunoaște, interpreta și aplica în mod competent normele etice ale domeniului;
7.2. Obiectivele specifice	<p>Studentii care finalizează cu succes această disciplină vor fi capabili:</p> <ul style="list-style-type: none"> • să definească noțiunile de bază în domeniul eticii; • să cunoască și să utilizeze teoriile și modelele etice de decizie; • să se familiarizeze cu principalele dileme de natură morală asociate activității profesionale din domeniile comunicării publice; • să fie capabili să soluționeze aceste dileme pe baza modelelor teoretice.

8. Conținut

8.1	Curs	Metode de predare	Observații
	PARTEA I. Fundamente teoretice		
1.	Noțiuni fundamentale: etică , morală , deontologie. Diviziuni ale eticii: meta-etica, etica normativă , etica aplicată . Specificul limbajului, valorilor și normelor morale		
2.	Teorii și tradiții etice: Deontologismul; Consequentialismul;		
3.	Teorii și tradiții etice: Contractualismul lui Rawls; Etica virtuții;		
4.	Teorii și tradiții etice: Etica feministă ; Etica iudeo-creștină		
5.	Modele și instrumente de soluționare a dilemelor etice: Cutia Potter (R. Potter), Modelul în trei pași (C.Christians), Lista lui Kidder (R. Kidder)		
6.	Modele și instrumente de soluționare a dilemelor etice: Testul TARES (Sharry Baker și David Martinson), Piramida etică (Elspeth Tilley), Modelul în trei pași al autoarei Shannon Bowen (S. Bowen)	<ul style="list-style-type: none"> • descrierea • expunerea problematizată 	<p>Suportul de curs este constituit din:</p> <ul style="list-style-type: none"> • conținutul prelegerilor • lucrările menționate în bibliografie • resurse online
	PARTEA a II-a. Etica aplicată în domeniile comunicării publice		
7.	Probleme etice în mass media: Adevărul, ficționalizarea și tirile false; Presiunile și tentațiile economice; Protecția surselor	<ul style="list-style-type: none"> • explicația • exemplificarea 	
8.	Probleme etice în mass media: Dreptatea socială ; Ingerințele în viața privată ; Utilizarea stereotipurilor.	<ul style="list-style-type: none"> • conversația euristică 	
9.	Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice	<ul style="list-style-type: none"> • studiul de caz 	
10.	Modele de soluționare a dilemelor etice în relațiile publice: deontologice, utilitariste și mixte (Shannon Bowen, de Philip Cottle și Terry Perlin; de Kathy Fitzpatrick și Candance Gautier)		
11.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special; Produse cu caracter special; Publicitatea în eltoare		
12.	Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari		
13.	Etică și divertisment: Cenzura; Violența în industria divertismentului; Calitatea îndoielnică a creațiilor industriei de divertisment.		
14.	Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor; Fenomenul de Cyberbullying; Sexualitatea; Propaganda.		

**Bibliografie**

C. Christians, Etica Mass-media, Polirom, Iași, 2001;
 F. Deaver, Etica în mass media, Ed. Silex, București, 2004;
 R.N. Radu (coord.), Deontologia comunicării publice, Polirom, Iași, 2015;
 C. Toh neanu, Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice, Ed. Universitară, București, 2014;
 Ch. U. Larson, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Polirom, Iași, 2003;
 W. Bernard, Introducere în etică. Moralitatea, Editura Alternative, București, 1993
 C. Cozma, Etică și comunicare, Curs universitar, Editura Universității „Al.I.Cuza”, Iași, 2010
 V. Morar, Moralități elementare, Editura Paideia, București, 2004;
 M. Miroiu, G. Blebea-Nicolae, Introducere în etica profesională, Ed. Trei, București, 2001.
 P. Singer, Tratat de etică, Polirom, Iași, 2006;
 T. Cathcart, Dilema: cum alegem când nu avem de ales, Ed. Philobia, București, 2014;
 J. Ronson Umilirea publică în epoca Internetului, Ed. Art, București, 2016;
 L. Wilkins, C. Christians, (eds.), The Handbook of mass media ethics, Routledge, New York, 2009;
 G. Cheney, S. May, D. Munshi, The handbook of communication ethics, Routledge, New York, 2011;
 R. Kidder, How good people make tough choices: resolving the dilemmas of ethical living, Perfect Bound, 2003
 S. Baker, "Applying Kidder ethical decision making checklist to media ethics", Journal of Mass Media Ethics, 12 (4): 197-210, 1997.
 B. Drushel, K. German, The Ethics of Emerging Media Information, Social Norms, and New Media Technology, Continuumbooks, London, 2011.

8.2	Seminar	Metode de predare	Observații
1.	No iuni fundamentale: etică, morală, deontologie. Diviziuni ale eticii: meta-etica, etică normativă, etică aplicată. Specificul valorilor și normelor morale (F. Deaver, 2004, pp. 17-43; Miroiu și Blebea Nicolae 2001, pp. 11-19; A. Volacu, D. Cuta și A. Miroiu 2021, 11-19; Cozma 2010, pp. 65-68.)		
2.	Teorii și tradiții etice: deontologismul, utilitarismul, (C. Christians, 2001, pp. 23-30, F. Deaver, 2004, pp. 36-42 și 105-132, R.N. Radu, 2015, pp. 42-56, Miroiu 2001, pp. 21-35, și P. Singer, 2006)		
3.	Teorii și tradiții etice: etica virtuții, teoria contractualistă a lui Rawls, (C. Christians, 2001, pp. 23-30, F. Deaver, 2004, pp. 36-42 și 105-132, R.N. Radu, 2015, pp. 42-56, și P. Singer, 2006)		
4.	Teorii și tradiții etice: etica feministă, etica iudeo-creștină (C. Christians, 2001, pp. 23-30, F. Deaver, 2004, pp. 36-42 și 105-132, R.N. Radu, 2015, pp. 42-56, și P. Singer, 2006)	<ul style="list-style-type: none"> •expunerea problematizat 	
5.	Metoda Potter Box de soluționare a dilemelor etice (Christians, 2001, pp. 15-33, Deaver, 2004, pp. 52-55, Toh neanu, 2014, 154-157). Modelul în trei pași pentru deciziile etice al lui Clifford Christians (R.N. Radu, 2015, pp. 42-56).	<ul style="list-style-type: none"> •discuția •observația dirijată 	Fiecare student trebuie să susțină în public un proiect de seminar
6.	Testul TARES ((Baker și Martinson 2001, pp. 148-175; C. Toh neanu, 2014, pp. 136-142). Lista lui Kidder (S. Baker, 1997, 197-210; R. Kidder 2003, 180-187)	<ul style="list-style-type: none"> •observația independentă •explicarea 	
7.	Probleme etice în mass media: Presiuni și tentații economice (C. Christians, 2001, pp. 41-61); Problema adevărului (C. Christians, 2001, pp. 62-81, F. Deaver, 2004, pp. 78-93); Protecția surselor (C. Christians, 2001, pp. 82-95);	<ul style="list-style-type: none"> •studiul de caz 	
8.	Probleme etice în mass media: Problema dreptății sociale (C. Christians, 2001, pp. 96-112); Ingerințele în viața privată (C. Christians, 2001, pp. 113-125, Radu, 2015, pp. 135-160); Problema utilizării stereotipurilor (Radu, 2015, pp. 161-177);		
9.	Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice. Modelul utilitarist al Patriciei Parsons (C. Toh neanu, 2014, pp. 88-99); Modele utilitarist-deontologice (C. Toh neanu, 2014, pp. 99-108);		
10.	Etica în relațiile publice: Modelul deontologic al autoarei S. Bowen		



	(C. Toh neanu, 2014, pp. 144-153); Provocările etice ale comunicării persuasive în relațiile publice (C. Toh neanu, 2014, pp. 109-135);	
11.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special (C. Christians, 2001, pp. 133-146); Produse cu caracter special (C. Christians, 2001, pp.148- 162).;	
12.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicitatea în eltoare (C. Toh neanu, 2014, pp. 115-122); Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari (C. Christians, 2001, pp. 164-178)	
13.	Etici și divertisment: Cenzura (C. Christians, 2001, pp.294-305); Violența în industria divertismentului (C. Christians, 2001, pp.249-267); Calitatea în doielnică a creațiilor industriei de divertisment (C. Christians, 2001, pp.281-292).	
14.	Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor (C. Christians, 2001, pp. 73-76, R.N.Radu, 2015, 229-231); Fenomenul de Cyberbullying (J. Ronson, 2014); Sexualitatea (B. Drushel, K. German, 2011) Propaganda (B. Drushel, K. German, 2011).	

Bibliografie

Identic cu bibliografia cursului.

9. Coroborarea conținutului disciplinei cu așteptările reprezentanților comunității, asociațiilor profesionale și angajatorilor reprezentativi din domeniul relațiilor publice

Urmând cursurile și seminariile de Etică, studenții învață să înțeleagă și să interpreteze în mod adecvat din punct de vedere moral situațiile de comunicare, să preîntâmpine și să rezolve problemele de natură etică pe care le pot întâlni în activitatea lor profesională, ceea ce le asigură o competență esențială care îi face pe absolvenții acestui curs angajabili pe piața serviciilor de comunicare și relațiilor publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota final (%)
10.4 Curs	<ul style="list-style-type: none"> •Capacitatea de a defini conceptele de bază •Capacitatea de a înțelege și aplica teoriile •Înțelegerea principalelor dileme de natură morală asociate domeniilor comunicării publice •Capacitatea de a înțelege și aplica modelele etice de decizie pentru a soluționa dilemele 	<ul style="list-style-type: none"> •Două teste scrise (primul în săptămâna a VII-a și al doilea în săptămâna a XIV, fiecare test având o pondere de 25% din nota finală) 	50
10.5 Seminar	<ul style="list-style-type: none"> •Prezența activă la seminar. Absolvirea acestei discipline este condiționată de participarea activă la minimum 7 seminarii •Elaborarea și susținerea publică a unui proiect de seminar 	<ul style="list-style-type: none"> •Evaluarea proiectului (25% din nota finală) •Evaluarea generală a activității de seminar: (intervenții voluntare, răspunsuri la întrebări): 25% din nota finală 	50
10.6 Standard minim de performanță Participarea activă la cel puțin 7 seminarii, susținerea proiectului de seminar și a testelor. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 45% din punctajul maxim.			

Data completării
22.09.2022

Titular de curs,
Lect.dr. Viorela Țuțu

Titular de seminar,
Dr. Bogdan Guguianu

Data avizării în departament
24.09.2022

Director de departament,
Conf.univ.dr. Gheorghe-Ilie Fârte