

**FIȘA 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	etică				
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. univ.dr. Viorel Țuțui				
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. univ.dr. Viorel Țuțui				
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tip de evaluare	VP
					2.7 Regimul disciplinei*
					Ob

*OB – Obligatoriu / OP – Opțional / F – Facultativ

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

3.1 Număr de ore pe săptămână	4	3.2 curs	2	3.3 seminar/laborator	2
3.4 Total ore din planul de învățământ	56	3.5 curs	28	3.6 seminar/laborator	28
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 Numărul 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/ laboratorului	-

**6. Competențe specifice acumulate**

Competențe profesionale	CP63. Aplică cunoștințe despre comportamentul uman CP66. Conștientizează dimensiunea interculturală CP80. Respectă standardele companiei
Competențe transversale	CT9. Respectă diversitatea valorilor și a normelor culturale CT21. Arată empatie CT28. Aplică cunoștințe de filozofie, etică și religie CT52. Își asumă responsabilitatea CT56. Evaluează impactul comportamentului individual asupra mediului

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	La finalizarea cu succes a acestei discipline, studenții vor fi capabili să: • 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 (ore și referințe bibliografice)
1.	PARTEA I. Fundamente teoretice Noțiuni fundamentale: etică, morală, deontologie. Diviziuni ale eticii: meta-etica, etica normativă, etica aplicată. Specificul limbajului, valorilor și normelor morale	Descrierea Expunerea problematizată Explicația Exemplificarea Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [2]: 17-43 / [9]: 11-19; / [7]: 65-68
2.	Teorii și tradiții etice: Deontologismul; Consecințialismul;		2 ore; [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132 / [3]: 42-56 / [9]: 21-35.
3.	Teorii și tradiții etice: Contractualismul lui Rawls; Etica virtuții;		2 ore [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132/ [3]: 42-56
4.	Teorii și tradiții etice: Etica feministă; Etica iudeo-creștină		2 ore [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132/ [3]: 42-56
5.	Modele și instrumente de soluționare a dilemelor etice: Cutia Potter (R. Potter), Modelul în trei pași (C.Christians), Lista lui Kidder (R. Kidder)		2 ore; [1]: 15-33 / [2]: 52-55/ [4]: 154-157 / [3]: 42-56
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)		2 ore; [16]: 148-175/ [4]: 136-142 / [17] / [15]: 180-187
7.	PARTEA a II-a. Etica aplicată în domeniile comunicării publice Probleme etice în mass media: Adevărul, ficționalizarea și știrile false; Presiunile și tentațiile economice; Protecția surselor		2 ore; [1]: 41-61,62-81, 82-95 / [2]: 78-93



8.	Probleme etice în mass media: Dreptatea socială; Ingerințele în viața privată; Utilizarea stereotipurilor.		2 ore; [1]: 96-112, 113-125 / [3]: 135-160, 161-177
9.	Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice		2 ore; [4]: 88-99 , 99-108
10	Modele de soluționare a dilemelor etice în relațiile publice: deontologice, utilitariste și mixte (Shannon Bowen, de Philip Cattel si Terry Perlin; de Kathy Fitzpatrick si Candance Gautier)		2 ore; [4]: 144-153, 109-135
11.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special; Produse cu caracter special; Publicitatea înșelătoare		2 ore: [1]: 133-146,148- 162
12.	Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari		2 ore; [4]: 115-122 / [1]: 164-178
13.	Etică și divertisment: Cenzura; Violența în industria divertismentului; Calitatea îndoielnică a creațiilor industriei de divertisment.		2 ore; [1]: 294-305,.249-267, 281-292
14.	Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor; Fenomenul de Cyberbullying; Sexualitatea; Propaganda.		2 ore; [1]: 73-76 / [3]: 229-231 / [12] / [17]
Bibliografie 1. C. Christians, Etica Mass-media, Polirom, Iași, 2001; 2. F. Deaver, Etica în mass media, Ed. Silex, București, 2004; 3. R.N. Radu (coord.), Deontologia comunicării publice, Polirom, Iași, 2015; 4. C. Tohăneanu, Abordări ale eticii comunicării în relațiile publice, Ed. Universitară, București, 2014; 5. Ch. U. Larson, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate, Polirom, Iași, 2003; 6. W. Bernard, Introducere în etică. Moralitatea, Editura Alternative, București, 1993 7. C. Cozma, Etică și comunicare, Curs universitar, Editura Universității „Al.I.Cuza”, Iași, 2010 8. V. Morar, Moralități elementare, Editura Paideia, București, 2004; 9. M. Miroiu, G. Blebea-Nicolae, Introducere în etica profesională, Ed. Trei, București, 2001. 10. P. Singer, Tratat de etică, Polirom, Iași, 2006; 11. T. Cathcart, Dilema: cum alegem când nu avem de ales, Ed. Philobia, București, 2014; 12. J. Ronson Umilirea publică în epoca Internetului, Ed. Art, București, 2016; 13. L. Wilkins, C. Christians, (eds.), The Handbook of mass media ethics, Routledge, New York, 2009; 14. G. Cheney, S. May, D. Munshi, The handbook of communication ethics, Routledge, New York , 2011; 15. R. Kidder, How good people make tough choices: resolving the dilemmas of ethical living, Perfect Bound, 2003 16. S. Baker, "Applying Kidder ethical decision making checklist to media ethics", Journal of Mass Media Ethics, 12 (4): 197-210, 1997. 17. S. Baker, D. Martinson, The TARES test: five principles for ethical persuasion, Journal of Mass Media Ethics, 16(2&3), 148–175 18. B. Drushel, K. German, The Ethics of Emerging Media Information, Social Norms, and New Media Technology, Continuumbooks, London, 2011. 19. M. Bafană Tocia, Etică și derapaje în comunicarea publică, Editura Tritonic, București, 2020.			
[18. 2	Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
1.	Noțiuni fundamentale: etică, morală, deontologie. Diviziuni ale eticii: meta-etica, etica normativă, etica aplicată. Specificul valorilor și normelor morale		2 ore; [2]: 17-43 / [9]: 11-19; / [7]: 65-68
2.	Teorii și tradiții etice: deontologismul, utilitarismul,		2 ore; [1]: 23-30 / [2] : 36-42 și 105-132 / [3]: 42-56 / [9]: 21-35.
3.	Teorii și tradiții etice: etica virtuții, teoria contractualistă a lui Rawls,		2 ore [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132/ [3]: 42-56
4.	Teorii și tradiții etice: etica feministă, etica iudeo-creștină	Expunerea problematizată Discuția	2 ore [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132/ [3]: 42-56



5.	Metoda Potter Box de soluționare a dilemelor etice Modelul în trei pași pentru deciziile etice al lui Clifford Christians	Observația dirijată Observația independentă Explicația Studiul de caz	2 ore; [1]: 15-33 / [2]: 52-55/ [4]: 154-157 / [3]: 42-56
6.	Testul TARES și Lista lui Kidder		2 ore; [16]: 148-175/ [4]: 136-142 / [17] / [15]: 180-187
7.	Probleme etice în mass media: Presiuni și tentații economice Problema adevărului (Protecția surselor		2 ore; [1]: 41-61,62-81, 82-95 / [2]: 78-93
8.	Probleme etice în mass media: Problema dreptății sociale Ingerințele în viața privată Problema utilizării stereotipurilor		2 ore; [1]: 96-112, 113-125 / [3]: 135-160, 161-177
9.	Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice. Modelul utilitarist al Patriciei Parsons Modele utilitarist-deontologice		2 ore; [4]: 88-99 , 99-108
10.	Etica în relațiile publice: Modelul deontologic al autoarei S. Bowen Provocările etice ale comunicării persuasive în relațiile publice		2 ore; [4]: 144-153, 109-135
11.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special Produse cu caracter special		2 ore; [1]: 133-146,148- 162
12.	Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicitatea înșelătoare Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari		2 ore; [4]: 115-122 / [1]: 164-178
13.	Etică și divertisment: Cenzura, Violența în industria divertismentului, Calitatea înșelătoare a creațiilor industriei de divertisment		2 ore; [1]: 294-305,.249-267, 281-292
14.	Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor: Fenomenul de Cyberbullying, Sexualitatea, Propaganda		2 ore; [1]: 73-76 / [3]: 229-231 / [12] / [17]

Bibliografie

Identică cu bibliografia cursului.

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

Urmând cursul și seminarul 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 relații publice.

10. Evaluare

Tip activitate	10.1 Criterii de evaluare	10.2 Metode de evaluare	10.3 Pondere în nota finală (%)
10.4 Curs	● 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	● 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



	etice de decizie pentru a soluționa dilemele Obs. Reexaminarea în vederea promovării sau măririi de notă se referă doar la testele scrise susținute la curs. În cazul în care studenții au participat doar la unul dintre cele două teste, reexaminarea în vederea promovării se va referi doar la testul la care studenții nu au participat. Măririle de nota se vor susține însă din toată materia predată.		
10.5 Seminar / Laborator	● Prezența activă la seminarii. ● Elaborarea și susținerea publică a unui proiect de seminar.	● 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 și 5 cursuri, susținerea proiectului de seminar și a testelor. Îndeplinirea criteriilor de evaluare la nivelul de 45% din punctajul maxim atât la curs cât și la seminar.			

Data completării,
25.09.2024Titular de curs,
Lect. univ. dr. Viorel ȚuțuiTitular de seminar,
Lect. univ. dr. Viorel ȚuțuiData avizării în departament,
27.09.2024Director de departament,
Conf. univ. dr. Daniel-Rareș Obadă