

**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	DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII ȘI RELATII 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

2. Date despre disciplină

2.1 Denumirea disciplinei	etică						
2.2 Titularul activităților de curs	Lect. Dr. VIOREL TUTUI						
2.3 Titularul activităților de seminar	Lect. Dr. VIOREL TUTUI						
2.4 An de studiu	II	2.5 Semestrul	III	2.6 Tip de evaluare*	V	2.7 Regimul disciplinei**	Ob

*E – Examen / C – Colocviu / V – Verificare

**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 seminare/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 - De curriculum (dacă este cazul)

--

5. Condiții (dacă este cazul)

5.1 De desfășurare a cursului	Respectarea cadrului formal al comunicării didactice (asigurare a liniștii, politetii și respectului reciproc) și implicarea în activitățile educative la solicitarea profesorului.
5.2 De desfășurare a seminarului/ laboratorului	Respectarea cadrului formal al comunicării didactice (asigurare a liniștii, politetii și respectului reciproc) și implicarea în activitățile educative la solicitarea profesorului.

6. Obiective

Formarea abilității de a înțelege dimensiunea etică a comunicării publice, de a cunoaște, interpreta și aplica în mod competent normele etice ale domeniului

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.

7. Competențe/Rezultate ale învățării

• Asistență de specialitate în gestionarea comunicării de criză și/ sau în medierea conflictelor de comunicare • Rezolvarea în mod realist – cu argumentare atât teoretică, cât și practică – a unor situații profesionale uzuale, în vederea soluționării eficiente și deontologice a acestora • Studenții vor avea abilitatea de a stabili relații funcționale cu diverse persoane, grupuri informale, organizații neguvernamentale, instituții publice sau companii • Studenții vor avea deprinderea de a acționa prin prisma unor valori sociale importante, precum independența, integritatea, inițiativa, încrederea, punctualitatea și tactul
--

8. Conținut

8.1 Curs	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
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	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [2]: 17-43 / [9]: 11-19; / [7]: 65-68.
2. Teorii și tradiții etice: Deontologismul; Consecințialismul;	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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;	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația	2 ore [1]: 23-30 / [2]: 36-42 și 105-132/ [3]: 42-56

	euristică Studiul de caz	
4. Teorii și tradiții etice: Etica feministă; Etica iudeo-creștină	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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)	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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)	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [16]: 148-175/ [4]: 136-142 / [17] / [15]: 180-187
PARTEA a II-a. Etica aplicată în domeniile comunicării publice 7. Probleme etice în mass media: Adevărul, ficționalizarea și știrile false; Presiunile și tentațiile economice; Protecția surselor	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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.	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [1]: 96-112, 113-125 / [3]: 135-160, 161-177
9. Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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)	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [4]: 144-153, 109-135
11. Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special; Produse cu caracter special; Publicitatea înșelătoare	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore: [1]: 133-146,148- 162
12. Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	2 ore; [4]: 115-122 / [1]: 164-178
13. Etică și divertisment: Cenzura; Violența în industria divertismentului; Calitatea îndoielnică a creațiilor industriei de divertisment.	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația	2 ore; [1]: 294-305,249-267, 281-292

	euristică Studiul de caz	
14. Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor; Fenomenul de Cyberbullying; Sexualitatea; Propaganda.	Descrierea, Explicația Expunerea problematizată Exemplificarea, Conversația euristică Studiul de caz	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 Tocioaia, Etică și derapaje în comunicarea publică, Editura Tritonic, București, 2020.

8.2 Seminar / Laborator	Metode de predare	Observații (ore și referințe bibliografice)
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	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [2]: 17-43 / [9]: 11-19; / [7]: 65-68.
2. Teorii și tradiții etice: Deontologismul; Consecințialismul;	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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;	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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)	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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)	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [16]: 148-175/ [4]: 136-142 / [17] / [15]: 180-187
PARTEA a II-a. Etica aplicată în domeniile comunicării publice 7. Probleme etice în mass media: Adevărul, ficționalizarea și știrile false; Presiunile și tentațiile economice; Protecția surselor	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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.	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [1]: 96-112, 113-125 / [3]: 135-160, 161-177
9. Etica în relațiile publice: Dileme morale și loialități în relațiile publice	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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 Cottel si Terry Perlin; de Kathy Fitzpatrick si Candance Gautier)	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [4]: 144-153, 109-135
11. Aspecte etice ale comunicării publicitare: Publicul special; Produse cu caracter special; Publicitatea înșelătoare	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore: [1]: 133-146,148- 162
12. Dileme etice cu privire la limbajul și simbolurile utilizate de publicitari	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [4]: 115-122 / [1]: 164-178
13. Etică și divertisment: Cenzura; Violența în industria divertismentului; Calitatea îndoielnică a creațiilor industriei de divertisment.	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	2 ore; [1]: 294-305, 249-267, 281-292
14. Etica noilor media: Modificarea electronică a imaginilor; Fenomenul de Cyberbullying; Sexualitatea; Propaganda.	Expunerea, Discuția, Observația dirijată, Observația independentă Explicația, Studiul de caz	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 Tucia, Etică și derapaje în comunicarea publică, Editura Tritonic, București, 2020.

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

10.1 Evaluare continuă		Pondere (min. 30%)	100	
Curs	Forma de evaluare		Verificare scrisă	
	Pondere		50	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Nu	
	Metode de evaluare	Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Test	50	Da
		Verificare scrisă periodică	50	Da
Seminar / Laborator	Forma de evaluare		Verificare mixtă	
	Pondere		50	
	Nepromovarea Evaluării continue determină nepromovarea Evaluării finale		Da	

	Metode de evaluare	Detalii	Pondere	cu reexaminare
		Proiect	50	Nu
		Verificare orală periodică	50	Nu

10.2 Mențiuni (situații speciale în evaluare)

La curs: Studenții susțin 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). Studenții care absentează motivat la testele din timpul semestrului mai au ocazia de a fi examinați la seminarul programat în aceeași săptămână. Studenții absenți de la examinările din timpul semestrului se pot prezenta la examinare în sesiunea de restanțe și măriri. Reexaminarea se va face pe baza întregii materii predate.

La seminar: Evaluarea proiectului individual de seminar reprezintă 25% din nota finală. Studenții trebuie să prezinte proiectul în cadrul seminarului în care s-au programat la începutul semestrului (programările se fac într-un tabel postat pe Drive). În cazul în care absentează motivat de la acest seminar prezentarea proiectului va fi reprogramată de regulă în cadrul seminarului următor. Se va realiza și evaluarea generală a activității de seminar ce presupune intervenții voluntare, răspunsuri la întrebări, comentarii, exemple relevante. Nota pentru activitate reprezintă 25% din nota finală.

10.3 Standard minim de performanță

Participarea activă la cel puțin 8 seminare și 5 cursuri.

Obținerea notei de trecere 5 (cinci) la fiecare componentă a evaluării.

Data completării, 22.09.2025	Titular de curs, Lect. Dr. VIOREL TUTUI	Titular de seminar, Lect. Dr. VIOREL TUTUI
---	--	---

Data avizării în departament, 25.09.2025	Director de departament, Conf. Dr. DANIEL-RARES OBADA
---	--