

Etică și legislație în comunicare și relații publice

Prof. univ.dr., Dr. habil. Sandu Frunză

Asistent univ. dr. Iulia Grad

Etică și legislație în comunicare și relații publice

Titular curs: Prof. univ.dr. Sandu Frunză

Blog personal: <https://frunzasandu.wordpress.com/>

Adrese contact: lucrariexamene@gmail.com

sfrunza@yahoo.com

Cursul și seminarul de *Etică și Legislație în CRP* propun familiarizarea studenților cu dezbaterile etice și problemele deontologice. Urmărind formarea de deprinderi teoretice și de aplicare a cunoștințelor dobândite, temele au deopotrivă un caracter teoretic și o parte aplicată, cu studii de caz pe probleme etice și juridice în domeniu. Cursul și seminarul dau studenților posibilitatea de a dobândi un cadru teoretic general pe care îl pot aplica în activitatea lor de cercetare pe teme etice, în activități de consiliere etică și în înțelegerea și gestionarea unor situații concrete din viața profesională.

Cursul și seminarul de *Etică și Legislație în CRP* au în vedere formarea de competențe în domeniul cercetării, al consilierii și expertizei etice, al fundamentării etice a diferitor componente ale legislației, al elaborării și aplicării codurilor deontologice.

Tematică:

Etica și deontologia ca preocupări ale profesioniștilor în Comunicare, Relații publice și Publicitate

Respectul ca fundament al unei etici relaționale și dialogice

Etica minimală și Codurile deontologice

Conținutul, importanța și eficiența Codurilor deontologice în Comunicarea mediatică, Relații publice și Publicitate

Comunicarea publică, Relațiile publice, Publicitatea, etica și legislația între complementaritate și conflict

Etică, Relații publice, Publicitate și Mass media

Etica Responsabilității sociale, Publicitatea și Relațiile publice

Publicitatea și perspectiva etică a comunicării cu caracter social

Comunicarea etică în Publicitatea destinată copiilor

Etica și profesionalizare; dezvoltarea personală ca o datorie etică a comunicatorilor

PR, Publicitate politică și etică în Comunicarea publică

Etica cercetării în Publicitate și Relații publice

Consilierea etică în Publicitate și PR. Studii de caz

Legilația comunicării. Studii de caz

Bibliografie:

Adrian-Paul Iiescu, *Etică socială și politică*, (București: Ars Docendi, 2007).

Alison Theaker, *The Public Relations Handbook*, (London and New York: Routledge, 2001).

Anne M. Cronin, *Advertising and consumer citizenship: gender, images, and rights*, (London: Routledge, 2000).

Barrie Gunter, Caroline Oates, and Mark Blades, *Advertising to children on tv : content, impact, and regulation*, (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2005).

Chris Hackley, "Advertising and Ethics" in *Advertising and Promotion. Communicating Brands*, (London: SAGE Publications, 2005), 182-209.

Conrad C. Fink, *Media Ethics. In the Newsroom and Beyond*, (New York: McGraw-Hill Book Company, 1988).

Debbie Treise, Michael F. Weigold, Jenneane Conna, Heather Garrison, "Ethics in Advertising: Ideological Correlates of Consumer Perceptions", *Journal of Advertising*, Vol. 23, No. 3, Ethics in Advertising (Sep., 1994): 59-69.

F. Brunne, *Fericirea ca obligație*, (București : Editura Trei, 1996).

H. Frazier Moore, Frank B. Kalupa, *Public Relations. Principles, Cases, and Problems*, (University of Georgia, 1985).

Mihaela Frunză, *Expertiză etică și acțiune socială*, (București: Tritonic, 2013).

Heonsoo Jung, "Assessing the Influence of Cultural Values on Consumer Susceptibility to Social Pressure for Conformity: Self-Image Enhancing Motivations vs. Information Searching Motivation", in Lynn R. Kahle, Chung-Hyun Kim (eds.), *Creating Images and the Psychology of Marketing Communication* (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2006).

Jeremy Bentham, *Deontology*, (Oxford: Clarendon Press, 1992).

Katherine T. Frith, Barbara Mueller, *Advertising and societies: global issues*, (New York: Peter Lang Publishing, Inc., New York, 20003).

Marin Khan, "Ethical and Social Issues in Advertising" in *Consumer Behavior and Advertising Management*, (New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers, 2006).

Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll, "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4 (Oct., 2003): 503-530

Martin P. Golding and William A. Edmundson (eds.) *The Blackwell Guide to the Philosophy of Law and Legal Theory*, (Malden, MA: Blackwell Publishing, 2005).

N. Allen, "Ethics and visual rhetorics: Seeing's not believing anymore", *Technical Communication Quarterly*, 5, 1996, Winter): 87-105.

Patricia J. Parsons, *Ethics in Public Relations. A Guide to the Best Practice*, (London and Philadelphia: Kogan Page, 2008).

Peter Singer (ed.), *Tratat de etică*, (Iași: Polirom, 2006).

Stuart Hampshire (ed.), *Public and Private Morality*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1978).

Terry L. Cooper (ed.), *Handbook of Administrative Ethics*, (New York: Marcel Dekker, Inc., 1994).

Vasile Sebastian Dâncu, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, (Cluj-Napoca: Dacia, 1999).

Virginia Held, "Justification: Legal and Political", *Ethics*, Vol. 86, No. 1 (Oct., 1975): 1-16.

Sandu Frunză, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, (București: Tritonic, 2011).

Sandu Frunză, *Publicitatea și administrația publică sub presiunea eticii*, (Iași: Lumen, 2015).

Evaluare:

1) Studenților li se cere o participare activă la dezbaterile și activitățile din cadrul cursurilor (**NU se punctează prezența, ci intervențiile în cadrul dezbaterilor și sarcinile îndeplinite în cadrul întâlnirilor**): **până la 2 puncte**

2) Participare la întâlnirile online **până la 1 punct**

3) Studenții care participă activ la activitățile complementare din cadrul SCIRI pot să primească **până la 1 punct**

4) Publicarea într-o revistă de specialitate sau în presa culturală a unei recenzii la o carte pe teme legate de tematica întâlnirilor (**2 puncte**). Recenzia deja publicată se predă în sesiune, în zilele programate pentru examen.

5) În perioada sesiunii, la datele programate pentru examen, studenții vor preda o lucrare pe tema relației dintre etică și profesionalism în practicile profesionale ale comunicatorilor. Lucrarea va avea 3 pagini de text plus note și bibliografie (Times 12; 1,5). Pot să primească **până la 6 puncte**.

6) Studenții primesc **1 punct** din oficiu.

Nota finală poate fi compusă din aceste elemente.

Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:

- Plagiatul și tentativa de fraudă la examen sau la diversele evaluări pe parcurs se sancționează cu nota 1 la acest curs și expunerea cazului în Comisia de etică pentru luarea măsurilor administrative corespunzătoare.

Tematica și bibliografia seminarului

Adrese contact: grad@fspac.ro , iuliagrad@gmail.com

1. Etică și competență morală

Bibliografie obligatorie:

- Andrei Pleșu – Minima moralia, București, Humanitas, 1994, pp. 3-10

Bibliografie opțională:

- Andrei Pleșu – Minima moralia, București, Humanitas, 1994, pp. 11-23

2. Etica lui Kant

Bibliografie obligatorie:

- Immanuel Kant – Critica rațiunii practice. Întemeierea metafizicii moravurilor, București IRI, 1999, pp. 205-217

Bibliografie opțională:

- Peter Singer – Tratat de etică, Iași, Polirom, 2006, cap. Etica lui Kant, pp. 205-214
- Thom Braun – The Philosophy of Branding. Great Philosophers Think Brands, Kogan Page, 2004, cap. Kant – and a Balanced Approach, pp. 109-119

3. Etica utilitaristă

Bibliografie obligatorie:

- J.S. Mill – Utilitarismul, București, Alternative, 1994, pp. 17-44

Bibliografie opțională:

- Peter Singer – Tratat de etică, Iași, Polirom, 2006, cap. 20 Utilitatea și binele, pp. 267-276
- C. B Pratt, E. L. James – Advertising Ethics: a Contextual response Based on Classical Ethical Theory, în Journal of Business Ethics, 13, 1994, pp. 455-468

4. Teoria dreptății a lui John Rawls

Bibliografie obligatorie:

- Ovidiu Caraiani - Dreptate sau moralitate? : o introducere în filosofia politică a lui John Rawls, București, Comunicare.ro, 2008, cap. III Poziția originară, pp. 49-65

Bibliografie opțională:

- Catherine Audard – John Rawls, Queen’s University Press, 2007, pp. 1-25

5. Etica virtuții

Bibliografie obligatorie:

- Aristotel – Etica Nichomatică, București, IRI, 1998, pp. 29-41

Bibliografie opțională:

- O. Williams, P. Murphy - The Ethics of Virtue: a Moral Theory for Marketing, în Journal of Macromarketing, Spring, 1990, pp. 19-29

- Alasdair MacIntyre - Tratat de morală. După virtute, Humanitas, București, 1998, cap. Natura virtuților, pp. 192- 211

6. Etica postmodernă

Bibliografie obligatorie:

- Gilles Lipovetsky - Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice, ed. Babel, București, 1996, Presentare, pp. 17-29

Bibliografie opțională:

- Zygmunt Bauman- Etica postmodernă, Amarcord, Timișoara, 2000, pp. 5-42

7. Etică, brand și comodificarea problemelor sociale

Bibliografie obligatorie:

- Serra Tinic - United Colors and Untied Meanings: Benetton and the Commodification of Social Issues, în Journal of Communication 47(3). Summer, 1997, pp. 3-25

Bibliografie opțională:

- Sarah Banet Weiser – Authentic. The politics of ambivalence in a brand culture, New York University Press, 2012, cap. Branding politics. Shopping for change?, pp. 125-165

8. Etica în relațiile publice

Bibliografie obligatorie:

- Patricia Parsons – Ethics in Public Relations. A Guide to best practice, London, Kogan Page, 2008, Part III, cap. 11 PR Ethics and the media: the old and the new și cap. 12: Persuasion... or propaganda? (pp. 89- 112)
- Genevieve McBride - Ethical Thought in Public Relations, History: Seeking a Relevant Perspective, Journal of Mass Media Ethics, 1989, Vol. 4, No. 1, pp. 5-20

Bibliografie opțională:

- D. R. Holtzhausen - Postmodern Values in Public Relations, Journal of Public Relations Research 12(1), 93–114, 2000, pp. 93-114
- Ian Somerville - Business ethics, public relations and corporate social responsibility în A. Theaker – The Public Relations Handbook , Routledge, 2004, pp. 131- 144

9. Comunicare publică și responsabilitate socială

Bibliografie obligatorie:

- Gilles Lipovetsky- Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice, ed. Babel, București, 1996, cap. Etica, stadiul suprem al comunicării pp. 291-301

Bibliografie opțională:

- David Vogel – The Market for Virtue. The Potential and Limits of CSR, Brookings Institution Press, 2005, cap. The Revival of Corporate Social Responsibility și Is There a Business Case for Virtue? pp. 1-46

10. Branding și etică

Bibliografie obligatorie:

- Martin Kornberg - Brand Society. How Brands Transform Lifestyle, Cambridge University Press, 2010, cap. Ethics. pp. 205-235

Bibliografie opțională:

- Chris Arnold – Ethical Marketing and the New Consumer, Wiley, 2009, cap. 2 The Power of Brand Ethos, și cap. 3 Ethical – Reality or a Brand Image pp. 7-23

11. Aspecte deontologice și normative

Bibliografie obligatorie:

- Codul deontologic al ziaristului adoptat de Clubul Român de Presă
- Codul de practică în publicitate
- Codul de practica profesională în relații publice al ARRP

Bibliografie opțională:

- Dan Crăciun, Vasile Morar, Vasile Macoviciuc – Etica afacerilor, ed. Paidea, București, 2005, cap. 4 Codificarea eticii în afaceri sau de la informal la formal în nevoia de reglementare morală, pp. 525-547

12. Aspecte deontologice și juridice

Bibliografie obligatorie:

- Legea nr.148 din 26 iulie 2000 privind publicitatea
- Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public

Bibliografie opțională:

- Deni Elliott-Boyle, A Conceptual Analysis of Ethics Codes, Journal of Mass Media Ethics Copyright, 1985, Volume 1, Number 1, pp. 22-26.



SANDU FRUNZĂ

comunicare etică

și responsabilitate socială



COMUNICARE
MEDIA

Sandu FRUNZĂ

Publicitatea și administrația publică
sub presiunea eticii

COLECȚIA
DEZVOLTARE
SOCIALĂ



LUMEN
in elita editurilor românești

Journal for the Study of Religions and Ideologies

www.jsri.ro

SCIRI

Seminarul de cercetare
interdisciplinară a religiilor și
ideologiilor

<https://sciri.wordpress.com/>