

LEHRVERANSTALTUNGSBESCHREIBUNG

1. Angaben zum Programm

1.1. Hochschuleinrichtung	Babeş-Bolyai Universität, Cluj-Napoca
1.2. Fakultät	Fakultät für Politik-, Verwaltungs- und Kommunikationswissenschaften
1.3. Department	Department für Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung
1.4. Fachgebiet	Kommunikationswissenschaften
1.5. Studienform	Masterstudium
1.6. Studiengang / Qualifikation	Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, deutschsprachige Studienlinie
1.7. Studienform	Vollzeitstudium

2. Angaben zum Studienfach

2.1. LV-Bezeichnung	ETHIK IN DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT UND IN DER WERBUNG			Code des Faches	UMG4208			
2.2. Lehrverantwortlicher – Vorlesung	Lect. Dr. Mihai Lisei							
2.3. Lehrverantwortlicher – Seminar	Lect. Dr. Mihai Lisei							
2.4. Studienjahr	I	2.5. Semester	2	2.6. Prüfungsform	E	2.7. Art der LV	Inhalt	DS
							Verbindlichkeit	DO

3. Geschätzter Arbeitsumfang in Stunden

3.1 SWS	3	von denen: 3.2 Vorlesung	2	3.3 Seminar/Übung	1
3.4 Gesamte Stundenanzahl im Lehrplan	42	von denen: 3.5 Vorlesung	2	3.6 Seminar/Übung	14
Verteilung der Studienzeit:					Std.
Studium nach Handbüchern, Kursbuch, Bibliografie und Mitschriften					35
Zusätzliche Vorbereitung in der Bibliothek, auf elektronischen Fachplattformen und durch Feldforschung					35
Vorbereitung von Seminaren/Übungen, Präsentationen, Referate, Portfolios und Essays					30
Tutorien					4
Prüfungen					4
Andere Tätigkeiten:					
3.7 Gesamtstundenanzahl Selbststudium			108		
3.8 Gesamtstundenanzahl / Semester			150		
3.9 Leistungspunkte			6		

4. Voraussetzungen (falls zutreffend)

4.1. curricular	
4.2. kompetenzbezogen	

5. Bedingungen (falls zutreffend)

5.1. für die Durchführung der Vorlesung	
5.2. für die Durchführung des Seminars	

6. Spezifische erworbene Kompetenzen

Professionelle Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Identifizierung und Verwendung von Elementen der Berufsethik und soziale Verantwortung spezifische PR-und Werbefachmann -Definieren der wichtigsten Konzepte, Anwendung der spezifischen Terminologie in unterschiedlichen Situationen -Anwendung der Methoden, Modelle und Definitionen -Erarbeiten von Forschungsprojekten im Fachbereich
Transversale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Kritisches Denken - Analysefähigkeiten - Anwendung von effektiven Arbeitstechniken und die Erfüllung bestimmter Arbeitsaufgaben

7. Ziele des Faches (entsprechend der erworbenen Kompetenzen)

7.1. Allgemeine Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Vertrautheit mit den theoretischen Konzepten der Ethik - Aneignung der Fachsprache - Verknüpfung theoretischer Elemente mit praktischen Aspekten
7.2. Spezifische Ziele der Lehrveranstaltung	<ul style="list-style-type: none"> - Die Kenntnis der ethischen Normen - Umgang mit den fachlichen Begriffen der Ethik, der Gesetzgebung, der professionellen Deontologie - Anwendung ethischer Normen in der Werbung und PR

8. Inhalte

8.1. Vorlesung	Lehrmethode	Anmerkungen
Allgemeine Begriffe der Ethik und Gesetzgebung - kurze Einführung	<ul style="list-style-type: none"> - Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden 	
Ethik und professionelle Deontologie spezifisch für PR-und Werbefachleute	<ul style="list-style-type: none"> - Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden 	
Ethik-Kodexe	<ul style="list-style-type: none"> - Mündliche und Multimediapräsentation - Darstellung der Thematik, Beschreibung 	
Ethische Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> - Mündliche und Multimediapräsentation 	

	-Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Ethik in der Werbung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Werbung und Ethik der sozialen Verantwortung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Ethik der Werbung und Geheimnishaftung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Die Werbung und das Recht für Privatleben	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Kinderschutz und Werbung	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Das Recht am eigenen Bild	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Das Urheberrecht	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Politische Werbung und Ethik in der öffentlichen Kommunikation	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Presse-Kampagne im Wahlkampf	- Mündliche und Multimediapräsentation -Beantwortung der Fragen der Studierenden	
Wiederholung	-Beantwortung der Fragen der Studierenden	
<p>Literatur:</p> <p>Moritz Ballensiefen, <i>Bilder machen Sieger - Sieger machen Bilder, Die Funktion von Pressefotos im Bundestagswahlkampf 2005</i>, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2009.</p> <p>Mihail Constantin Eremia, <i>Dreptul comunicării</i>, Ed. CREDIS, București, 2003.</p> <p>Sandu Frunză, <i>Comunicare etică și responsabilitate socială</i>, Ed. Tritonic, București, 2011.</p> <p>Stefan Gadringer, Sabrina Kweton, Josef Trappel, Teresa Vieth, <i>Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie</i>, VS Verlag für Sozialwissenschaften Springer Fachmedien Wiesbaden, 2012</p> <p>Rainer Leschke, <i>Einführung in die Medienethik</i>, Wilhelm Fink Verlag, München, 2001.</p>		

Kent Middleton, Roger Trager, F. Bill Chamberlin, *Legislația comunicării publice*, Ed. Polirom, Iași, 2002.
 Bärbel Röben, *Medienethik und die "Anderen". Multiperspektivität als neue Schlüsselkompetenz*, Springer Fachmedien Verlag, Wiesbaden, 2013
 Nasty Vlădoiu, *Protecția informațiilor*, Ed. Tritonic, București, 2005.

8.2. Seminar	Lern- und Lehrmethoden	Anmerkungen
Grundbegriffe der Ethik in der Öffentlichkeitsarbeit	Gespräche	
Ethik und moralische Kompetenz	Vorstellung der Themen	Man schreibe ein Essay zum Thema <i>Ohne Wahrheit keine Freiheit</i> .
Die Analyse des Verhaltenskodex in PR	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Ethik in PR	Gespräche	
Ethik in der Werbung	Gespräche	
Wahrheit und Werbung	Gespräche	Ethik im Umweltschutz wird diskutiert.
Der Zugang zu öffentlichen Informationen	Dokumentation, Lektüre, Analyse	Es wird ein Film über Werbung und Umweltschutz gezeigt.
Verschlussachenregelung	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Recht auf informationelle Selbstbestimmung	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Jugendschutz; Gesetze zum Schutz vor Frauen	Gespräche	
Das Recht am eigenen Bild in den Medien und in der Werbung (Kinderrechte)	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Urheberrecht	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Presse-Kampagne im Wahlkampf - Fallstudien	Dokumentation, Lektüre, Analyse	
Wiederholung	- Gespräche	

Literatur:

Rainer Leschke, *Einführung in die Medienethik*, Wilhelm Fink Verlag, München, 2001.
 Peter Singer (coord.), *Tratat de etică*, Ed. Polirom, 2006.

Legea nr. 8 /1996 cu privire la drepturile de autor și drepturile conexe
 Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public
 Legea nr. 182 / 2002 privind protecția informațiilor clasificate
 Legea nr. 148/2000 privind publicitatea
 Legea nr. 504 / 2002 - Legea audiovizualului
 Codul de practică în publicitate
 Codul de practică profesională în relații publice al ARRP
 Codul deontologic al jurnalistului

9. Verbindung der Inhalte der Lehrveranstaltung mit den Erwartungen der Wissensgemeinschaft, der Berufsverbände und der für den Fachbereich repräsentativen Arbeitgeber

--

10. Prüfungsform

Veranstaltungsart	10.1. Evaluationskriterien	10.2. Evaluationsmethoden	10.3. Anteil der Gesamtnote
10.4. Vorlesung	- die Bewertung der im Laufe des Semesters erworbenen Kenntnissen	Schriftliche Prüfung	70%
10.5. Seminar	- die Bewertung der im Laufe des Semesters erworbenen Kenntnissen; - Seminararbeit	- Vorstellung des Projektes - Mitarbeit	30%
10.6. Minimale Leistungsstandards: Die Studenten müssen mit den Fachbegriffen der Ethik, der Gesetzgebung, der professionellen Deontologie vertraut sein. Die Studenten müssen die Anwendung ethischer Normen in der Werbung und PR kennen.			

Vorlesungsverantwortlicher
Name, Vorname und Unterschrift:

Lect. dr. Mihai Lisei 

Datum
1.10.2023

Prof. univ. dr. Ioan Hosu, directorul
DCRPP,

