

ISVU šifra	Naziv predmeta	Status predmeta	Semestar								
150225	Etika u odnosima s javnostima	Obvezni	3								
Tip predmeta	Oblici nastave (ukupan broj sati u semestru)	Samostalni rad (sati)	ECTS								
Stručni	<table border="1"> <thead> <tr> <th>P</th> <th>S</th> <th>V</th> <th>E-učenje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>30</td> <td>0</td> <td>30</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	P	S	V	E-učenje	30	0	30	0	120	6
P	S	V	E-učenje								
30	0	30	0								
Nastavnik	doc.dr.sc. Tvrtko Jolić										
Suradnik											
Cilj predmeta	Cilj predmeta je osnažiti svijest polaznika o etičkoj dimenziji odnosa s javnostima kao i ulozi morala u svijetu poslovnih odnosa, upoznati ih s glavnim etičkim teorijama i mogućnošću njihove primjene na rješavanje moralno dvojbenih i konfliktnih situacija u poslovnom okruženju.										
Ishodi učenja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Razumjeti temeljne moralne pojmove i vrijednosti. 2. Interpretirati glavne etičke teorije. 3. Analizirati moralno dvojbene situacije u poslovnom okruženju. 4. Primijeniti metode rješavanja konfliktnih situacija. 5. Obrazložiti moralnu opravdanost poslovnih odluka. 										
Uvjeti za upis predmeta (odslušan ili položen kolegij) te potrebna znanja i vještine	Nema										
Vrste izvođenja predmeta	Predavanja Seminar i radionice Samostalni zadaci	Komentari									
Obveze studenata	Tijekom semestra studenti su dužni izraditi i prezentirati jedan kraći seminarski rad te aktivno sudjelovati u vježbama.										

Sadržaj predmeta

Nastavna cjelina	Oblici nastave (sati)			
	Predavanja	Seminari	Vježbe	E-učenje
Uvod u etiku u odnosima s javnostima (OSJ)	2		2	
Moralna argumentacija	2		2	
Etika vrlina: Vrline u OSJ	2		2	
Utilitarizam i uloga sreće i koristi u moralnom djelovanju	2		2	
Deontološke teorije: dužnosti u OSJ	2		2	
Teorije distributivne pravednosti	2		2	
Etika brige	2		2	
Kolokvij 1	2		2	
Ljudska prava i sloboda govora	2		2	
Etički izazovi u OSJ	2		2	
Etički kodeksi OSJ	2		2	
Medijska etika i etika OSJ	2		2	
Etika OSJ i etika u oglašavanju	2		2	
Etičko odlučivanje u OSJ	2		2	
Kolokvij 2	2		2	

Obvezna literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bebek, Borna i Antun Kolumbić, Poslovna etika, Zagreb: Sinergija, 2000. (1.B. i 4.A.) 2. Berčić, Boran, Filozofija, sažeto e-izdanje, str. 125-153. Dostupno na: https://bib.irb.hr/datoteka/546996.Bercic_Filozofija_e-izdanje.pdf 3. Etički kodeks HUOJ-a: http://www.huoj.hr/dokumenti/eticki-kodeks-hr67
Dopunska literatura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Parsons, Patricia, Ethics in Public Relations: A Guide to Best Practice, London i Philadelphia: CIPR i Kogan Page 2008. 2. Fitzpatrick, Kathy i Carolyn Bronstein, Ethics in Public Relations: Responsible Advocacy, London: Sage, 2006. 3. Moloney, Kevin, Rethinking Public Relations: PR Propaganda and Democracy, Abingdon i New York: Taylor & Francis 2006. 4. Sandel, Michael S., Pravednost: kako ispravno postupiti?, Zagreb: Algoritam 2013 5. Talanga, Josip, Uvod u etiku, Zagreb: Hrvatski studiji 1999. 6. Bivins, Thomas, Mixed Media: Moral Distinctions in Advertising, Public Relations, and Journalism, Mahwah NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2004. 7. Tomić, Zoran, Odnosi s javnošću, Zagreb i Sarajevo: Synopsis 2008. (34. poglavlje) 8. Tench, Ralph i Liz Yeomans, Otkrivanje odnosa s javnošću, Zagreb: HUOJ 2009. (14. poglavlje) 9. Theaker, Alison, Priručnik za odnose s javnošću, Zagreb: HUOJ 2007. (9. poglavlje)
Način provjere ishoda učenja	Aktivno sudjelovanje u nastavi - 20 bodova Vježbe - 30 bodova Seminarski rad - 30 bodova Kolokvij 1- 60 bodova Kolokvij 2- 60 bodova Usmeni Ispit po potrebi Sustav ocjenjivanja 181-200 5 161-180 4 141-160 3 121-140 2 ≤ 120 1
Završni / Diplomski rad	Da