

Vysoká škola: <i>Prešovská univerzita v Prešove</i>	
Fakulta: Filozofická fakulta	
Kód: 1IPO/OERM1m/15	Názov predmetu: Etické aspekty reklamnej praxe
Druh, rozsah a metóda vzdelávacích činností: Druh vzdelávacích činností: Seminár Rozsah vzdelávacích činností: 1 hod. týždenne, 29 za	
Počet kreditov: 2	
Odporúčaný rok a semester štúdia:	
1.rok ZS	učiteľstvo výchovy k občianstvu v kombinácii (VoM) učiteľstvo biológie a výchovy k občianstvu (BiVoM15) učiteľstvo ekológie a výchovy k občianstvu (EkVoM15) učiteľstvo fyziky a výchovy k občianstvu (FyVoM15) učiteľstvo geografie a výchovy k občianstvu (GeVoM15) učiteľstvo matematiky a výchovy k občianstvu (MaVoM15) učiteľstvo techniky a výchovy k občianstvu (TkVoM15) učiteľstvo pedagogiky a výchovy k občianstvu (PgVoM15) učiteľstvo maďarského jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (MjVoM) učiteľstvo rusínskeho jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (RsVoM) učiteľstvo telesnej výchovy a výchovy k občianstvu (TvVoM15) učiteľstvo dejepisu a výchovy k občianstvu (DeVoM15) učiteľstvo anglického jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (AjVoM15) učiteľstvo estetiky a výchovy k občianstvu (EsVoM15) učiteľstvo ruského jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (RjVoM) učiteľstvo nemeckého jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (NjVoM) učiteľstvo slovenského jazyka a literatúry a výchovy k občianstvu (SjVoM15) učiteľstvo hudobného umenia a výchovy k občianstvu (HuVoM)
Odporúčaný semester: ZS	
Stupeň štúdia: 2.	
Podmieňujúce predmety:	
Podmienky na absolvovanie predmetu: Spôsob hodnotenia a skončenia štúdia predmetu: Priebežné hodnotenie aktívna 100% účasť na seminároch vyhodnotenie prezentácie prípadových štúdií	
Výsledky vzdelávania: Získanie viacrozmerného pohľadu na problematiku etickej reflexie reklamy a marketingovej komunikácie. Interaktívny „tréning“ etickej reflexie reklamnej praxe prostredníctvom riešenia prípadových štúdií v podobe náleзов Arbitrážnej komisie Rady pre reklamu.	
Stručná osnova predmetu: Podstata a miesto reklamy v marketingovej komunikácii. Etické aspekty reklamy (pravdivosť a slušnosť ako základné etické požiadavky, problém manipulácie s vedomím a konaním ľudí, atď.). Subjekty zodpovednosti za etiku v reklame (etickej zodpovednosť výrobcov, zodpovednosť reklamných agentúr, zodpovednosť médií, verejnosť ako subjekt zodpovednosti, vláda ako subjekt zodpovednosti). Etická samoregulácia reklamy. Činnosť Rady pre reklamu a jej Arbitrážnej komisie. Etický kódex reklamnej praxe.	

Analýza prípadových štúdií – nálezov Arbitrážnej komisie RPR.

Odporúčaná literatúra:

LAČNÝ, M.; PLATKOVÁ OLEJÁROVÁ, G.: Podnikateľská etika. Prešovská univerzita, Prešov 2010.

REMIŠOVÁ, A.: Etika a ekonomika. Kalligram, Bratislava 2011.

MURÁNSKA, J. a kol.: Hospodárska etika. FF PU, Prešov 2008.

HANULÁKOVÁ, E.: Reklama a etika. Eurounion, Bratislava 2002.

HANULÁKOVÁ, E.: Etika v marketingu. Eurounion, Bratislava 1996.

Poznámky:

Hodnotenie predmetov:

Celkový počet hodnotených študentov: 88

A	B	C	D	E	FX
98%	0%	0%	0%	0%	2%

Vyučujúci:

doc. PhDr. Vladislav Dudinský, PhD., garant

Ing. Martin Lačný, PhD., prednášajúci, skúšajúci, vedúci semináru

Dátum poslednej zmeny: 01.09.2019

Schválil: doc. PhDr. Vladislav Dudinský, PhD.