

## Contenus

Nom du Cours		Semestre du Cours	Cours Théoriques	Travaux Dirigés (TD)	Travaux Pratiques (TP)	Crédit du Cours	ECTS
COM425	Ethique de la publicité	7	2	2	0	2	3

Cours Pré-Requis	
Conditions d'Admission au Cours	

Langue du Cours	Turc
Type de Cours	Électif
Niveau du Cours	Licence
Objectif du Cours	Évaluation des problèmes éthiques sociaux et culturels découlant du secteur publicitaire et des publicités. Apprentissage des mécanismes de décision face aux problèmes éthiques à rencontrer dans le cadre de l'éthique marketing.
Contenus	<p>1. er cours Introduction aux Ethiques</p> <p>2. em cours La publicité et les problemes ethiques: la consommation, la société de consommations et les approches 1</p> <p>3. em cours La publicité et les problemes ethiques: la consommation, la société de consommations et les approches 2</p> <p>4. em cours La publicité et les problemes ethiques: La représentation des femmes et des enfants</p> <p>5. em cours La publicités, l'éthique et l'audience</p> <p>6. em cours Evaluation des recherches de terrain sur les publicités et l'audience</p> <p>7. em cours Examen Partielle</p> <p>8. em cours L'éthique de Marketing - 1</p> <p>9. em cours L'éthique de Marketing - 2</p> <p>10. em cours L'éthique de Marketing - 3</p> <p>11. em cours Les publicitaires et leurs positions éthiques</p> <p>12. em cours Les codes éthiques et le droit commercial</p> <p>13. em cours La publicité sur l'Internet et le droit informatique</p> <p>14. em cours Evaluation Générale</p>
Ressources	<p>Armstrong, Walter (2008). <i>Moral Psychology</i>. Cambridge, MA: MIT Press.</p> <p>Bloom, P. (2013). <i>Just Babies: The Origins of Good and Evil</i>. Penguin: New York.</p> <p>Brenkert, G. (2010). <i>The Oxford Handbook of Business Ethics</i>. Oxford: UK.</p> <p>Darwall, S. (1998). <i>Philosophical Ethics</i>. Westview: Oxford.</p> <p>Drumwright, M. &amp; Murphy, P. (2004). How Advertising Practitioners View Ethics : Moral Muteness, Moral Myopia, and Moral Imagination, <i>Journal of Advertising</i>. 33: 2</p> <p>Hitlin, S &amp; Vaisey, S. (eds) (2010). <i>Handbook of the Sociology of Moralitiy</i>. Springer: New York.</p> <p>Luetge, C. (2013). <i>Handbook of the Philosophical Foundations of Business Ethics</i>. Springer: New York.</p> <p>Palazzo, G. (2012). Ethical Blindness, <i>Journal of Business Ethics</i>, 109 / 3.</p>

## Intitulés des Sujets Théoriques

Semaine	Intitulés des Sujets
1	Introduction aux Ethiques
2	La publicité et les problemes ethiques: la consommation, la société de consommations et les approches 1
3	La publicité et les problemes ethiques: la consommation, la société de consommations et les approches 2
4	La publicité et les problemes ethiques: La représentation des femmes et des enfants
5	La publicités, l'éthique et l'audience
6	Evaluation des recherches de terrain sur les publicités et l'audience
7	Examen Partiel.
8	L'éthique de Marketing - 1
9	L'éthique de Marketing - 2
10	L'éthique de Marketing - 3
11	Les publicitaires et leurs positions éthiques
12	Les codes éthiques et le droit commercial
13	La publicité sur l'Internet et le droit informatique
14	Evaluation Générale