

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--



УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «20» мая 2024 г., протокол №12/272

Председатель

[Signature] /Н.С. Сафронов/

Зав. кафедрой дисциплин
интересов культуры и искусства
Е.Л. Силантьева (по доверенности)
№ 215/98 от 29.01.2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Предпрофессиональный электив. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	2 - очная форма обучения; 2 - заочная форма обучения

Направление (специальность): 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль/специализация): Реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

Форма обучения: заочная, очная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: 01.09.2024 г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	КАФЕДРА	Должность, ученая степень, звание
Андреева Юлия Витальевна	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	Доцент, Кандидат психологических наук

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

дать студентам необходимые знания профессиональной этики для работы в области рекламы и связей с общественностью, способствовать формированию необходимых профессиональных качеств и сформировать культуру профессионального поведения будущего специалиста

Задачи освоения дисциплины:

- Сформировать у студентов системные знания и представления о профессиональной этике в сфере рекламы и связей с общественностью.

- Выработать у студентов целостное понимание теоретических положений о природе и сущности этических принципов и норм в деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

- Способствовать усвоению основных положений этической теории и умению их применять на практике.

- Изучить теоретические положения курса с использованием логических, историко-хронологических, диалектических приемов и способов исследования

- Попрактиковаться в определении критериальной базы профессионально-этических принципов для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Предпрофессиональный электив. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью» относится к числу дисциплин блока Б1.О.1, предназначенного для студентов, обучающихся по направлению: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В процессе изучения дисциплины формируются компетенции: ОПКу-1.

Основные положения дисциплины используются в дальнейшем при изучении таких дисциплин как: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Преддипломная практика, Введение в специальности научно-образовательного кластера.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПКу-1 Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в профессиональной сфере	<p>знать: этические нормы создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>уметь: применять нормы и правила этических кодексов в сфере коммуникаций для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>владеть: методами и методиками анализа, этической экспертизы и критериями этической оценки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего): 2 ЗЕТ

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах): 72 часа

Форма обучения: заочная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>заочная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		4
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	8	8
Аудиторные занятия:	8	8
Лекции	4	4
Семинары и практические занятия	4	4
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	60	60
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание эссе, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Оценивание эссе, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет (4)	Зачет
Всего часов по дисциплине	72	72

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения <u>очная</u>)	
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам
		4
1	2	3
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	32	32
Аудиторные занятия:	32	32
Лекции	16	16
Семинары и практические занятия	16	16
Лабораторные работы, практикумы	-	-
Самостоятельная работа	40	40
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др. (не менее 2 видов)	Тестирование, Оценивание эссе, Проверка решения задачи (выполнения задания)	Тестирование, Оценивание эссе, Проверка решения задачи (выполнения задания)
Курсовая работа	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачёт	Зачёт
Всего часов по дисциплине	72	72

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. 1							
Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и	8	2	0	0	0	6	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
явление культуры. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью							
Тема 1.2. Мораль как специфический регулятор поведения	10	2	0	0	0	8	Тестирование
Тема 1.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	14	0	2	0	0	12	Тестирование, Оценивание, Оценивание эссе
Тема 1.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью	20	0	2	0	0	18	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнения задания)

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
тью							
Тема 1.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности	4	0	0	0	0	4	Тестирование
Тема 1.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	4	0	0	0	0	4	Тестирование
Тема 1.7. Бизнесс-ритуалы в профессиональной деятельности.	4	0	0	0	0	4	Тестирование
Тема 1.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	4	0	0	0	0	4	Тестирование
Итого	68	4	4	0	0	60	

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
подлежит изучению								

4.3. Содержание дисциплины. Распределение часов по темам и видам учебной работы

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Раздел 1. 1							
Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью	9	2	2	0	0	5	Тестирование
Тема 1.2. Мораль как специфический регулятор поведения	9	2	2	0	0	5	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	9	2	2	0	0	5	Тестирование, Оценивание Оценивание эссе
Тема 1.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью	9	2	2	0	0	5	Тестирование, Проверка решения задачи (выполнение задания)
Тема 1.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности	9	2	2	0	0	5	Тестирование
Тема 1.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы	9	2	2	0	0	5	Тестирование

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7	8	
взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства								
Тема 1.7. Б. Изнес-ритуалы в профессиональной деятельности.	9	2	2	0	0	5	Тестирование	
Тема 1.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	9	2	2	0	0	5	Тестирование	
Итого подлежит изучению	72	16	16	0	0	40		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. 1

Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции. Этика как «практическая философия». Этика как явление культуры. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.). Зарождение и развитие профессиональной морали ПР-сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов в ПР-деятельности. Нравственная регуляция поведения специалиста по ПР. Профессионально-этические нормы. Принципы профессиональной морали. Этика профессиональная и служебная.

Тема 1.2. Мораль как специфический регулятор поведения

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Категориальный аппарат этики. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Ценностная природа морали. Мораль как особый регулятивный механизм, основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности. Уровни нравственного сознания (доморальный, конвенциональный, автономный). Суверенность, рефлексивность нравственного сознания.

Тема 1.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы

Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Профессиональная мораль как оценочно-императивный способ освоения специалистом целей и содержания своей профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий «профессиональный долг», «профессиональная ответственность», «профессиональная совесть», «профессиональное достоинство», «профессиональная честь», «профессиональная репутация».

Тема 1.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям с общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Проблема кодификации норм профессионального поведения в сфере ПР. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс ПР деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями. Профессиональный долг, профессиональная ответственность, профессиональная совесть, профессиональное достоинство, профессиональная честь специалиста по рекламе и СО. Этические проблемы ПР-практики.

Тема 1.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности

Экономическая, правовая, деонтологическая природа коллизий и поиск путей их разрешения. Конфиденциальность информации, анонимность информатора. Скрытая запись. Запугивание, маскарад, смена профессии. Плата за интервью. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности. Этикет как форма ритуального поведения. Основные принципы бизнес-этикета. Этикет встреч, представлений, прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа: запреты и предписания.

Тема 1.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Понятия «Корпоративная культура» и «корпоративная этика»: соотношение понятий. Индикаторы корпоративной культуры. Индикаторы корпоративной этики. Этический кодекс корпорации

Тема 1.7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности.

Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия. Деловые приемы, их организация и проведение. Смысл и назначение делового приема. Виды деловых приемов. Подготовка и проведение дневных деловых приемов. Подготовка и проведение вечерних деловых приемов. Правила рассадки. Способы сервировки стола. Виды обслуживания гостей. Поведение за столом: этикетные нормы и предписания.

Тема 1.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе

PR-специалист - адресат информации, PR-специалист - действующие лица публикации, PR-специалист - источники информации, PR-специалист - внештатные авторы, PR-специалист - коллеги, PR-специалист - представители власти. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение специалиста по связям с общественностью в конкретных областях профессиональных отношений. Причины возникновения профессиональных кодексов. Кодекс профессиональной этики российского специалиста по рекламе. Положения об общественных структурах профессионально-этического самоконтроля рекламных организаций России

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции.

Этика как «практическая философия». Этика как явление культуры. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.

Основные категории этики. Зарождение и развитие профессиональной морали ПР-сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов в ПР-деятельности. Нравственная регуляция поведения специалиста по ПР. Профессионально-этические нормы. Принципы профессиональной морали. Этика профессиональная и служебная.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Тема 2.2. Мораль как специфический регулятор поведения

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Категориальный аппарат этики. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Ценностная природа морали. Мораль как особый регулятивный механизм,

основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального должествования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности. Уровни нравственного сознания (доморальный, конвенциональный, автономный). Суверенность, рефлексивность нравственного сознания.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 3.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Профессиональная мораль как оценочно-императивный способ освоения специалистом целей и содержания своей профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий «профессиональный долг»,

«профессиональная ответственность», «профессиональная совесть», «профессиональное достоинство», «профессиональная честь», «профессиональная репутация».


Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Эссе на тему «Коллизии профессиональной морали главного героя романа Фредерика Бегбедера «99 франков»».

Заочная форма

Вопросы к семинару:

Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Профессиональная мораль как

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

оценочно-императивный способ освоения специалистом целей и содержания своей профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий «профессиональный долг»,

«профессиональная ответственность», «профессиональная совесть», «профессиональное достоинство», «профессиональная честь», «профессиональная репутация».

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Эссе на тему «Коллизии профессиональной морали главного героя романа Фредерика Бегбедера «99 франков»».

Тема 4.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям с общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Проблема кодификации норм профессионального поведения в сфере ПР. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс ПР деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями. Профессиональный долг, профессиональная ответственность, профессиональная совесть, профессиональное достоинство, профессиональная честь специалиста по рекламе и СО. Этические проблемы рекламной и ПР-практики.


Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

4.2. Практическое задание: «Оценка этичности рекламы. Расчёт Индекса этической корректности (ИЭК) наружной региональной рекламы». По результатам выполненного задания - публичная защита группового проекта, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Заочная форма

Вопросы к семинару:

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям с общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Проблема кодификации норм профессионального поведения в сфере ПР. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс ПР деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями. Профессиональный долг, профессиональная

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

ответственность, профессиональная совесть, профессиональное достоинство, профессиональная честь специалиста по рекламе и СО. Этические проблемы рекламной и ПР- практики.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

4.2. Практическое задание: «Оценка этичности рекламы. Расчёт Индекса этической корректности (ИЭК) наружной региональной рекламы». По результатам выполненного задания - публичная защита группового проекта, сопровождаемое презентацией в Power Point.

Тема 5.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Экономическая, правовая, деонтологическая природа коллизий и поиск путей их

разрешения. Конфиденциальность информации, анонимность информатора. Скрытая запись. Запугивание, маскарад, смена профессии. Плата за интервью. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности. Этикет как форма ритуального поведения. Основные принципы бизнес-этикета. Этикет встреч, представлений, прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа: запреты и предписания.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 6.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства

Вопросы к теме:


Очная форма

Вопросы к семинару:

Понятия «Корпоративная культура» и «корпоративная этика»: соотношение понятий. Индикаторы корпоративной культуры. Индикаторы корпоративной этики. Этический кодекс корпорации.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 7.7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия. Деловые приемы, их организация и проведение. Смысл и назначение делового приема. Виды деловых приемов. Подготовка и проведение дневных деловых приемов. Подготовка и проведение вечерних деловых приемов. Правила рассадки. Способы сервировки стола. Виды обслуживания гостей. Поведение за столом: этикетные нормы и предписания.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

Тема 8.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе

Вопросы к теме:

Очная форма

Вопросы к семинару:

PR-специалист - адресат информации, PR-специалист - действующие лица публикации, PR-специалист - источники информации, PR-специалист - внештатные авторы, PR-специалист - коллеги, PR-специалист - представители власти. Профессионально-этические нормы, регулирующие поведение специалиста по связям с общественностью в конкретных областях профессиональных отношений. Причины возникновения профессиональных кодексов. Кодекс профессиональной этики российского специалиста по рекламе. Положения об общественных структурах профессионально-этического самоконтроля рекламных организаций России.

Подготовка к семинару: изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Особенности нравственной регуляции общественных отношений.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

2. Этические учения в истории философской мысли.
3. Проблема истоков нравственности.
4. Место профессиональной этики в системе философской этики
5. Моральные ценности и их роль в профессиональной жизни.
6. Ситуация морального выбора
7. История становления этики бизнеса усилиями PR-специалистов
8. Социальная ответственность в бизнесе.
9. Профессиональные и корпоративные кодексы: общее и особенное
10. «Корпоративная культура» и «корпоративная этика»: соотношение понятий
11. Влияние социальных медиа на профессиональную этику в PR.
12. Индикаторы корпоративной культуры
13. Индикаторы корпоративной этики
14. Этический кодекс корпорации. Основные принципы структурной организации
15. Корпоративная социальная ответственность: генезис понятия и феномена.
16. Формы проявления КСО
17. Стандарты профессионального поведения и их кодификация в сфере рекламы и PR
18. Профессиональные кодексы в сфере PR. Проблема власти и подчинения
19. Проблема сигнализаторства
20. Проблемы этики бизнеса в России.
21. Этические аспекты управления конфликтными отношениями в организациях
22. Этические принципы профессионального внутрицехового взаимодействия
23. Этические дилеммы в развитии рекламной индустрии: случаи из практики.
24. Роль прозрачности в создании доверительных отношений между клиентами и агентствами.

25. Этические аспекты использования личных данных в рекламе и PR.
26. Ответственность специалистов по рекламе и PR за достоверность информации.
27. Этические принципы работы с молодежной аудиторией в рекламных кампаниях.
28. Значение честности и этической ответственности при формировании корпоративного имиджа.
29. Проблемы манипуляции общественным сознанием через PR-стратегии.
30. Профессиональная этика и защита интересов субъектов рекламного воздействия.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА ОБУЧАЮЩИХСЯ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019г.).

По каждой форме обучения: очная/заочная/очно-заочная заполняется отдельная таблица

Форма обучения: очная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. 1			
Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.2. Мораль как специфический регулятор поведения	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование, Оценивание Оценивание эссе
Тема 1.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование
Тема 1.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	5	Тестирование

Форма обучения: заочная

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Раздел 1. 1			
Тема 1.1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры. История становления и современное	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения	6	Тестирование

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др).	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и связей с общественностью	дисциплины.		
Тема 1.2. Мораль как специфический регулятор поведения	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	8	Тестирование
Тема 1.3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	12	Тестирование, Оценивание Оценивание эссе
Тема 1.4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	18	Тестирование
Тема 1.5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 1.6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 1.7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности.	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование
Тема 1.8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины.	4	Тестирование

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

основная


1. Душкина М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник / М. Р. Душкина. - Москва : Юрайт, 2024. - 462 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/543173> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-12811-6 : 1829.00. / .— ISBN 0_522579
2. Гуревич Павел Семенович. Этика : учебник для бакалавров : для студентов вузов, обуч. по гуманитар. спец. / П.С. Гуревич. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юрайт, 2014. - 516 с. - (Бакалавр. Углубленный курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-3131-0 (в пер.). / .— ISBN 1_211952
3. Золотухина Елена Всеволодовна. Этика : учебник для вузов / Е.В. Золотухина ; Е. В. Золотухина. - 5-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 375 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/517115> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-09215-8 : 1459.00. / .— ISBN 0_496125

дополнительная

1. Родыгина Наталья Юрьевна. Этика деловых отношений : учебник и практикум для академического бакалавриата / Н.Ю. Родыгина ; Рос. экон. академия им. Г. В. Плеханова. - Москва : Юрайт, 2014. - 430 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3562-2 (в пер.). / .— ISBN 1_195717
2. Дзялошинский И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - Москва : Юрайт, 2024. - 433 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: <https://urait.ru/bcode/555623> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-18986-5 : 1389.00. / .— ISBN 0_529827
3. Дзялошинский И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2024. - 345 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/542211> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-11621-2 : 1409.00. / .— ISBN 0_523713
4. Дзялошинский И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум / И. М. Дзялошинский. - Москва : Юрайт, 2024. - 412 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/537154> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-9916-9204-5 : 1649.00. / .— ISBN 0_524713

учебно-методическая

1. Андреева Ю. В. Предпрофессиональный электив. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью : учебно-методические указания для подготовки и проведения практических (семинарских) занятий, а также самостоятельной работы студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева ; Ульян. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства. - 2022. - 22 с. - Неопубликованный ресурс. - URL:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

<http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/14265>. - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0_500783.

б) Программное обеспечение

- Операционная система "Альт образование"
- Офисный пакет "Мой офис"

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2024]. – URL: <https://www.gosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.


1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букап. – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС **Znanium.com** : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

3. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Ф – Рабочая программа дисциплины	Форма	
--	-------	--

пользователей. – Текст : электронный

4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, для выполнения лабораторных работ и практикумов, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования, групповых и индивидуальных консультаций (*выбрать необходимое*)


Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для представления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе. Перечень оборудования, используемого в учебном процессе:

- Мультимедийное оборудование: компьютер/ноутбук, экран, проектор/телевизор
- Компьютерная техника

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик	Доцент Кандидат психологических наук	Андреева Юлия Витальевна
	Должность, ученая степень, звание	ФИО