

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является дать студентам необходимые теоретические 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 «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью» Б1.Б.32 относится к базовой части дисциплин учебного плана. Она изучается в шестом семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современных коммуникаций, общекультурные и исторические особенности развития современного общества, нормы права, регулирующие профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью (предшествующие дисциплины Основы теории коммуникации, Социальные институты и процессы, История, Философия, Культурология, Основы конфликтологии, Теория и практика массовой информации, Основы менеджмента, Психология массовых коммуникаций, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью). Учебная практика - Проектная деятельность,

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующего изучения дисциплин: Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях, Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью, Антропология визуальной коммуникации Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью Поведение потребителей Профессионально-творческая производственная практика, Преддипломная практика.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
УК 5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>Знать: общие принципы исторической обусловленности межкультурного разнообразия общества;</p> <p>Уметь: пользоваться соответствующими философскими, научными концепциями и категориями при устной и/или письменной реконструкции того или иного исторического периода развития (-прото) рекламы и/или (-прото) связей с общественностью;</p> <p>Владеть: навыками по подготовке обзоров основных исторических периодов развития (-прото) рекламы и (-прото) связей с общественностью как социальных практик и сфер социально-гуманитарного знания; навыками описания этических и философских факторов, влияющих на результат реконструкции характера рекламы или PR в тот или иной период развития общества.</p>
ОПК 5 – Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>Знать: правовые и этические нормы регулирования и взаимодействия с медиакоммуникационными системами региона, страны и мира в рамках осуществления профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: применять весь спектр электронно-сетевых возможностей медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</p> <p>Владеть: методами анализа и оценки установок, отношения целевых аудиторий к медиакоммуникационным системам региона, страны и мира, их контенту и рекламным обращениям, исходя из политических, экономических механизмов и задач их функционирования.</p>
ОПК 7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать: социально-психологические особенности различных аудиторий в своей профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: применять нормы и правила этических кодексов в сфере коммуникаций;</p> <p>Владеть: инструментами и средствами Интернет для проведения маркетинговых исследований с учетом эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, применения ключевых принципов социальной ответственности.</p>

3. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

4. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий, направленных на освоение вопросов курса

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- самостоятельное выполнение практических заданий

5. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (выступлений, дополнений, замечаний).

Промежуточный контроль проводится в форме подготовки рефератов.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения устного зачета.