


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УТВЕРЖДЕНО
 решением Ученого совета факультета
 от 15 июня 2021 г., протокол № 14/231
 Председатель *(подпись, расшифровка подписи)* /Ившина Т.А./
 «15» июня 2021 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью
Факультет	ФКИ
Кафедра	Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии
Курс	3

Направление (специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Профиль: реклама и связи с общественностью в коммерческих и некоммерческих организациях

(код направления (специальности), полное наименование)

Форма обучения: очная, заочная

Дата введения в учебный процесс УлГУ: «_1_» сентября_2021 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 Ю.В.	СОРИК	к.пс.н.

СОГЛАСОВАНО
Заведующий выпускающей кафедрой
 _____ А.К. Магомедов / Подпись ФИО «15» июня 2021 ____ г.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

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» 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.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

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>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения очная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	32	32		
Аудиторные занятия:	32	32		
Лекции	16	16		
семинарские и практические занятия	16	16		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	40	40		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Контрольная работа, практическое задание, эссе		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)		зачёт		
Всего часов по дисциплине	72			

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения заочная)			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		6	7	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции	4	4		
семинарские и практические занятия	4	4		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Контрольная работа, практическое задание, эссе		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	4	Зачёт (4)		

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


Всего часов по дисциплине	72	72		
---------------------------	----	----	--	--

* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Содержание дисциплины (модуля). 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	
Тема 1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры, круг проблем этики. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и PR	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 2. Мораль как специфический регулятор поведения. Категориальный аппарат профессиональной этики.	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	8	2	2		2	4	Устный опрос, проверка эссе (письменный опрос)
Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR. Социальная ответственность в сфере рекламы и PR	12	2	2		2	8	Устный опрос, Письменный опрос - выполнение практического задания и его презентация (защита проекта).

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности	8	2	2		2	4	Устный опрос
Тема 8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	12	2	2		2	8	Устный опрос, контрольная работа (письменный опрос)
Итого	72	16	16			40	

Форма обучения заочная


Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия						
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы	Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры, круг проблем этики. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и PR	6	2					4	-
Тема 2. Мораль как	6						6	Проверка

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

специфический регулятор поведения. Категориальный аппарат профессиональной этики.							конспекта темы 2
Тема 3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	14	2				12	Проверка эссе (письменный опрос)
Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR. Социальная ответственность в сфере рекламы и PR	14		2		2	12	Проверка выполнения практического задания и его презентации
Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности	6					6	Проверка конспекта темы 5
Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	6					6	Проверка конспекта темы 6
Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности	6					6	Проверка конспекта темы 7
Тема 8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	10		2		2	8	Контрольная работа (письменный опрос)
Итого	72	16	16			40	

5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Тема 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.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

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 2. Мораль как специфический регулятор поведения.

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 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 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 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,

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа: запреты и предписания.

Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства.

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

Тема 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 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. 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 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 PR-сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов в PR-деятельности. Нравственная регуляция поведения специалиста по PR. Профессионально-этические нормы. Принципы профессиональной морали. Этика профессиональная и служебная.

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

Тема 2. Мораль как специфический регулятор поведения.

Вопросы к семинару:

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

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального должностования. 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. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы.

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»».

Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR-деятельности. Социальная ответственность в сфере рекламы и связей с общественностью.

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.

Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия. Смысл и нормы этикетного поведения профессиональной деятельности.

Вопросы к семинару:

Экономическая, правовая, деонтологическая природа коллизий и поиск путей их

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

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

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. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности.

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. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе.

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.

Контрольная работа по теоретической части курса.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.


9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЁТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Особенности нравственной регуляции общественных отношений.
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. Ситуация морального выбора
6.	История становления этики бизнеса усилиями PR-специалистов
7.	Социальная ответственность в бизнесе.
8.	Профессиональные и корпоративные кодексы: общее и особенное
9.	«Корпоративная культура» и «корпоративная этика»: соотношение понятий
10.	Индикаторы корпоративной культуры
11.	Индикаторы корпоративной этики
12.	Этический кодекс корпорации. Основные принципы структурной организации
13.	Корпоративная социальная ответственность: генезис понятия и феномена. Формы проявления КСО
14.	Стандарты профессионального поведения и их кодификация в сфере рекламы и PR
15.	Профессиональные кодексы в сфере PR
16.	Проблема власти и подчинения
17.	Проблема сигнализаторства
18.	Проблемы этики бизнеса в России.
19.	Этические аспекты управления конфликтными отношениями в организациях
20.	Этические принципы профессионального внутрицехового взаимодействия
21.	Этические проблемы политического PR
22.	Этические нормы создания рекламы.
23.	Индекс этической корректности рекламы и формула его расчёта
24.	Реклама в целях расширения сбыта продукции: этические принципы и нормы.
25.	СМИ и PR: моральные принципы взаимодействия
26.	Этическая сторона работы PR-консультанта
27.	Способы самопрезентации элит
28.	Бизнес-ритуалы, их значение в деловых коммуникациях
29.	Специфика законодательного и морального регулирования рекламы и PR
30.	Негативные PR – технологии: этический ракурс проблемы

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Общие положения

- Самостоятельная работа студентов складывается из нескольких составляющих:
- работа с текстами: лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе Интернет-источниками, а также конспектами лекций;
 - написание эссе, выполнение практических заданий, подготовка презентаций,


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

устных сообщений;

- подготовка к контрольной работе, к зачёту.

Очная форма


Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры, круг проблем этики. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и PR	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос
Тема 2. Мораль как специфический регулятор поведения. Категориальный аппарат профессиональной этики.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос
Тема 3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, написание эссе	4	Устный опрос, проверка эссе (письменный опрос)
Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR. Социальная ответственность в сфере рекламы и PR	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка практического задания	8	Устный опрос, Письменный опрос - выполнение практического задания и его презентация (защита проекта).
Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности			
Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос
Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	Устный опрос
Тема 8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы подготовка к контрольной работе	8	Устный опрос, контрольная работа (письменный опрос)

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (<i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i>)	Объем в часах	Форма контроля (<i>проверка решения задач, реферата и др.</i>)
Тема 1. Введение в дисциплину: этика как наука и явление культуры, круг проблем этики. История становления и современное состояние профессиональной и служебной этики в сфере рекламы и PR	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	4	-
Тема 2. Мораль как специфический регулятор поведения. Категориальный аппарат профессиональной этики.	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Проверка конспекта темы 2

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

Тема 3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, написание эссе	12	Проверка эссе (письменный опрос)
Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR. Социальная ответственность в сфере рекламы и PR	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы, подготовка практического задания	12	Проверка выполнения практического задания и его презентации
Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Проверка конспекта темы 5
Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Проверка конспекта темы 6
Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы	6	Проверка конспекта темы 7
Тема 8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе	Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы подготовка к контрольной работе	8	Контрольная работа (письменный опрос)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Список рекомендуемой литературы

Основная литература:

1. Антипов, А. А. Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности : учебное пособие / А. А. Антипов. — М. : Московский технический университет связи и информатики, 2016. — 18 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61472.html>
2. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учеб. пособие. / С. Г. Богацкая - Москва : Логос, 2016. - 368 с. (Новая университетская библиотека) - ISBN 978-5-98699-032-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785986990323.html>

Дополнительная литература:


1. Милёхина Т.А., Корпоративная коммуникация в России: дискурсивный анализ / Отв. ред. Т.А. Милёхина, Р. Ратмайр - М. : Издательский дом "ЯСК", 2017. - 632 с. (Серия "Studiaphilologica") - ISBN 978-5-94457-300-1 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785944573001.html>
2. Персикова Т.Н., Межкультурная коммуникация и корпоративная культура : учеб. пособие. / Т.Н. Персикова - М. : Логос, 2011. - 224 с. - ISBN 978-5-98704-127-9 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785987041279.html>
3. Лукаш, Ю. А. Внутрифирменные конфликты, или Трудовая конфликтология в бизнесе : учебное пособие для практического применения / Ю. А. Лукаш - Москва : Юстицинформ, 2014. - 158 с. (Серия "Деловая библиотека") - ISBN 978-5-7205-1235-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785720512354.html>

Учебно-методическая литература

1. Андреева Ю. В. Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью : учебно-методические указания для студентов направления бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Ю. В. Андреева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 386 КБ). - Текст : электронный. — URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8202>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А.  2021

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ Microsoft Office.

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. IPRbooks : электронно-библиотечная система : сайт / группа компаний Ай Пи Ар Медиа. - Саратов, [2021]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.2. ЮРАЙТ : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2021]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. Консультант студента : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг. – Москва, [2021]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Букар. – Томск, [2021]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2021]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2021]. - URL: <http://znanium.com>. – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.8. Clinical Collection : коллекция для медицинских университетов, клиник, медицинских библиотек // EBSCOhost : [портал]. – URL: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/advanced?vid=1&sid=9f57a3e1-1191-414b-8763-e97828f97e1%40sessionmgr102>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

1.9. Русский язык как иностранный : электронно-образовательный ресурс для иностранных студентов : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». – Саратов, [2021]. – URL: <https://ros-edu.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

2. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2021].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. База данных периодических изданий : электронные журналы / ООО ИВИС. - Москва, [2021]. – URL: <https://dlib.eastview.com/browse/udb/12>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

3.2. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2021]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.3. «Grebennikon» : электронная библиотека / ИД Гребенников. – Москва, [2021]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. Национальная электронная библиотека : электронная библиотека : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ ; РГБ. – Москва, [2021]. – URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. SMART Imagebase // EBSCOhost : [портал]. – URL: <https://ebsco.smartimagebase.com/?TOKEN=EBSCO-1a2ff8c55aa76d8229047223a7d6dc9c&custid=s6895741>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Изображение : электронные.

6. Федеральные информационно-образовательные порталы:

6.1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.

6.2. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАОУ ДПО ЦРГОП и ИТ. – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

7. Образовательные ресурсы УлГУ:

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

Согласовано:


Зам. Начальника УИТиТ / Клочкова А.В. /  2021г.

Должность сотрудника УИТиТ

Ф.И.О.

подпись

дата

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

11. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления 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.

12. 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 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 Андреева Ю.В.