


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

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета

факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л.Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|------------|--|
| Дисциплина | Профессиональный электив. Профессиональная этика по рекламе и связям с общественностью |
| Факультет | ФКИ |
| Кафедра | Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии |
| Курс | 2 |

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)

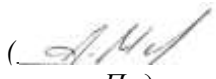
Форма обучения: очно-заочная


Дата введения в учебный процесс УлГУ: « 1 » сентября 2023 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.п.н. |

| |
|---|
| СОГЛАСОВАНО |
| Заведующий выпускающей кафедрой |
| () _____ А.К. Магомедов / Подпись _____ ФИО «10» 05 2023 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» является профессиональным элективом.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания по дисциплине Введение в специальности научно-образовательного кластера.


Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В содержательном плане и в логической последовательности изучения дисциплин она является основанием для последующей Подготовки к сдаче и сдаче государственного экзамена.

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 |
|--|--|
|--|--|

| | | | |
|---|---|-------|---|
| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | Форма |  |
| Ф-Рабочая программа по дисциплине | | | |
| ОПКу 1 – Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития в профессиональной сфере | Знать: этические нормы создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационных продуктов; Уметь: применять нормы и правила этических кодексов в сфере коммуникаций для создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; Владеть: методами и методиками анализа, этической экспертизы и критериями этической оценки медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. | | |

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа


| Вид учебной работы | Всего по плану | Очно-заочная | | |
|--|----------------|--|---|---|
| | | В т.ч. по семестрам | | |
| | | 6 | 7 | 5 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Контактная работа обучающихся с преподавателем | 16 | 16 | | |
| Аудиторные занятия: | 16 | 16 | | |
| Лекции | 8 | 8 | | |
| семинарские и практические занятия | 8 | 8 | | |
| лабораторные работы (лабораторный практикум) | | | | |
| Самостоятельная работа | 56 | 56 | | |
| 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.

Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения очно-заочная

| | | | | | |
|--|--|----------------------|--|--|--------------------------------|
| | | Виды учебных занятий | | | Форма текущего контроля знаний |
| | | | | | |
| | | Аудиторные занятия | | | |

| Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет | | | | Форма | | |  |
|--|-------|--------|--------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|------------------------|---|
| Ф-Рабочая программа по дисциплине | | | | | | | |
| Название разделов и тем | Всего | 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 | 9 | 2 | | | 2 | 7 | Устный опрос |
| Тема 2. Мораль как специфический регулятор поведения. Категориальный аппарат профессиональной этики. | 9 | 2 | | | 2 | 7 | Устный опрос |
| Тема 3. Профессиональная мораль в аспекте самосознания профессиональной группы | 9 | 2 | | | 2 | 7 | Устный опрос, проверка эссе (письменный опрос) |
| Тема 4. Профессиональные стандарты рекламной и PR. Социальная ответственность в сфере рекламы и PR | 9 | 2 | | | 2 | 7 | Устный опрос, Письменный опрос - выполнение практического задания и его презентация (защита проекта). |

| | | | | | | | |
|--|----|---|---|--|---|----|---|
| Тема 5. Морально-нравственные нормы и противоречия в сфере профессиональных маркетинговых коммуникаций. Смысл и нормы этикетного поведения в профессиональной деятельности | 9 | | 2 | | 2 | 7 | Устный опрос |
| Тема 6. Этика взаимоотношений с коллегами, этические принципы взаимодействия в коллективе коммуникационного агентства | 9 | | 2 | | 2 | 7 | Устный опрос |
| Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности | 9 | | 2 | | 2 | 7 | Устный опрос |
| Тема 8. Деловая репутация PR-специалиста и специалиста по рекламе | 9 | | 2 | | 2 | 7 | Устный опрос, контрольная работа (письменный опрос) |
| Итого | 72 | 8 | 8 | | | 56 | |

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.

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 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.

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, 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 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.

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, 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
Форма А

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 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.

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, устных сообщений;
- подготовка к контрольной работе, к зачёту.

| 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. 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 | 7 | 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 | 7 | 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 | 7 | 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 | 7 | 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 | 7 | Устный опрос |
| 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 | 7 | Устный опрос |
| Тема 7. Бизнес-ритуалы в профессиональной деятельности | Подготовка к семинарскому занятию, изучение учебной, справочной, научно-методической литературы, конспектов темы | 7 | 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 | 7 | Устный опрос, контрольная работа (письменный опрос) |

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы

Основная литература

1. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16649-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531437>.
2. Этика : учебник для вузов / А. А. Гусейнов [и др.] ; под общей редакцией А. А. Гусейнова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 460 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01075-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510580>.
3. Золотухина, Е. В. Этика : учебник для вузов / Е. В. Золотухина. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 375 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09215-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517115>.

Дополнительная литература:

1. Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для вузов / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03324-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511262>.
2. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста : учебник и практикум для вузов / И. М. Дзялошинский. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 412 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9204-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512165>.
3. Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений : учебник и практикум для вузов / Н. Ю. Родыгина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 430 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16498-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531174>.
4. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR : учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510921>.

Учебно-методическая литература

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» / Ульянов. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства. - 2022. - 22 с. - Неопубликованный ресурс. - URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/14265>.

Согласовано:

Гл.
библиотекарь

Должность
сотрудника научной
библиотеки

/ Шевякова И.Н. /


ФИО

/  /

подпись

11.05.2023

дата

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

б) Программное обеспечение

СПС Консультант Плюс
Система «Антиплагиат.ВУЗ»
Microsoft OfficeStd 2016 RUS или «МойОфис Стандартный»
ОС Microsoft Windows
Антивирус Dr.Web Enterprise Security Suite

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, [2023]. – 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, [2023]. - 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, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букап». – Томск, [2023]. – 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, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». - Москва, [2023]. - 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, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД «Гребенников». – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.


4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023]. – 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 Mega-PRO / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. /  / 19.05.2023
Должность-подпись УИПТ ОИО ИИИИИ ИИИИИ

| | | |
|--|-------|---|
| 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.