

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2022

ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Доктор педагогических наук, доцент, профессор Волкова В.В.

Канд. Филос. наук, доцент Ольшанская Е.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ № 9 от 22.03.22г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2. Содержание дисциплины	6
3. Образовательные технологии	7
4. Оценка планируемых результатов обучения.....	9
4.1. Система оценивания	9
4.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	9
4.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	20
5.1. Список источников и литературы	20
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	21
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	21
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	22
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	22
6. Методические материалы.....	23
6.1. Планы семинарских/ практических занятий	23
Приложения	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1. Аннотация дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – развить способность специалистов по рекламе и связям с общественностью к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в рамках осуществляемых деловых контактов.

Задачи дисциплины:

- сформировать у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в сфере информационной деятельности, их роли в профессиональной деятельности;
- помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике;
- ознакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;
- раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых российским и мировым информационными сообществами, как стандартов профессионального поведения.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.	<p>Знать: межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p> <p>Уметь: понимать межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.</p> <p>Владеть: навыками работы в рамках межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом.</p>

<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>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p>	<p>Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью. Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. Владеть: механизмами учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.</p>	<p>Знать: содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью. Уметь: применять на практике профессионально-этические нормы и принципы ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, полемики, дискуссии, вербального и невербального общения, моделирования профессионального имиджа. Владеть: приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.</p>

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Социология, Психология, Основы теории коммуникации, Теория коммуникации.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Теория и практика переговоров; Менеджмент в рекламе и связях с общественностью; Организация и проведение коммуникационных кампаний; Организация и проведение коммуникационных кампаний в рекламе; Организация и проведение коммуникационных кампаний в связях с общественностью; Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью; Профессионально-ознакомительная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	12
3	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		28

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 44 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Профессиональная этика	Профессиональная этика в системе этического знания. Прикладная этика. Профессиональная этика: ее разновидности, категории, принципы и функции. Назначение профессиональной этики. Структура профессиональной этики. Структура, свойства и признаки профессиональной морали. Категориями профессиональной этики. Функции профессиональной этики и ее роль в жизни человека и общества. Кодексы профессиональной этики
2	Этическая культура	Этические нормы рекламной деятельности. Классификация нарушений этики в рекламе: прямые нарушения законодательства и норм кодекса; кросс-культурные нарушения; проявления

	рекламной деятельности	дурного вкуса, свидетельствующего о низком культурном уровне создателей рекламы. Кодексы рекламной деятельности. Принципы этической корректности рекламы.
3	Профессиональные стандарты и этические нормы связей с общественностью	Профессиональная этика PR-деятельности. Система профессиональной PR-деятельность. Проблемы профессиональной этики в PR: публикация информации, потенциально способной нанести вред всему обществу или его части; намеренная публикация информации, ущемляющей интересы и достоинство личности или организации; нарушение корпоративных правил; нарушение этических норм по отношению к обществу, средствам массовой коммуникации, коллегам по профессии. Возможные последствия неэтичного поведения специалиста по PR. Неэтичные виды PR.
4	Этика в сфере информационных технологий	Основные проблемы этики в сфере информационных технологий: информационная и коммуникационная приватность; этичность поведения в Интернете; интеллектуальная собственность; социально-правовые проблемы информационно-коммуникационных технологий; профессиональная ответственность. Неэтичное поведение в Сети. Нетикет.
5	Корпоративная этика	Сущность корпоративной этики. Субъекты, принципы и виды корпоративной этики. Кодекс корпоративной этики: функции и структура. Этика и социальная ответственность организаций. Этические нормы в деятельности организаций. Неэтичное поведение и его причины.
6	Деловая этика	Иерархические уровни деловой этики: мировой уровень, макроуровень, микроуровень. Основные принципы этики деловых отношений. Этические проблемы деловых отношений: отношения между организациями; отношения между организациями и государством; отношения между организациями-производителями и потребителями; отношения между организациями и владельцами (инвесторами); отношения между организациями и местными сообществами; отношения между организациями и окружающей средой. Основы предпринимательской этики. Этика российского предпринимательства. Этика деловых отношений в различных культурах.

4. Образовательные технологии

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Профессиональная этика	Лекция 1. Семинар 1. Самостоятельная работа	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Составление интеллект-карт с последующим обсуждением Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Этическая культура рекламной деятельности	Лекция 2. Семинар 2. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Метод проигрывания ролей, метод ситуационного обучения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
3.	Профессиональные стандарты и этические нормы связей с общественностью	Лекция 3. Семинар 3. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Метод проигрывания ролей, метод ситуационного обучения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
4.	Этика в сфере информационных технологий	Лекция 4. Семинар 4. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Метод проигрывания ролей, метод ситуационного обучения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5.	Корпоративная этика	Лекция 5. Семинар 5. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Метод проигрывания ролей, метод ситуационного обучения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
6.	Деловая этика	Лекция 6. Семинар 6-7. Самостоятельная работа	Лекция-визуализация Метод проигрывания ролей, метод ситуационного обучения Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	35 баллов
- тестирование (темы 1-3)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет (коллоквиум)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетво- рительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

Форма текущего контроля: тестирование.

Формируемые компетенции: УК-5.3; ОПК-5.1; ОПК-7.2.

Критерий оценки тестирования:

Количество баллов за тест определяется количеством правильных ответов.

Тема 1. Профессиональная и служебная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью

Тест(1)

Тип(рс)

Раскройте содержание концепций возникновения морали:

Религиозная	
Натуралистическая	
Социологизаторская	

Тест(2)

Тип(мм)

Укажите признаки норм морали:

Не обоснованы и опираются на авторитет общественного мнения

Их нельзя улучшить

Детально регламентируют: когда, что и как следует делать, требуют предельно конкретного действия

Человек сам определяет приемлемость моральных правил к конкретной жизненной ситуации

Тяготеют к всеобщим правилам

Основываются на идеях должного, добра, справедливости

Тест(3)

Тип(дн)

Мораль возникает и развивается на основе потребности общества регулировать поведение людей в различных сферах их жизни

Да Нет

Тест(4)

Тип(мм)

Функции морали:

Информационная

Рекреационная

Рефлексивная

Гедонистическая

Гносеологическая

Регулятивная

Воспитательная

Идеологическая

Тест(5)

Тип(дс)

В структуре морали выделяют:

Нравственную

деятельность _____мо

ральное сознание

Тест(6)

Тип(мм)

К категориям морали относятся:

Альтруизм

Красота

Патриотизм	Нет Да
Безотказность	
Добро	Тест(9)
Счастье	Тип(мм)
Честь	Структура профессиональной морали:
Справедливость	профессионально-нравственное сознание _____
	нравственная деятельность
Тест(7)	
Тип(дн)	
Профессиональная мораль – это совокупность моральных норм, ценностей и идеалов, которые определяют отношение человека к своему профессиональному долгу	Тест(10)
Да Нет	Тип(дн)
	Профессиональная этика – это кодекс поведения, предписывающий тип отношений, который представляется наилучшим с точки зрения выполнения работником своих профессиональных обязанностей в той или иной сфере деятельности
Тест(8)	Да Нет
Тип(дн)	
Не возможна разработка профессиональной этики любой профессиональной деятельности	

Тема 2. Профессионально-этические нормы и принципы ведения деловой беседы

Тест(1)	Открытый вопрос – это вопрос:
Тип(дн)	Не требующий ответа
Деловое общение – это сложный многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека	Предполагающий ответ «да» или «нет»
Да Нет	Позволяющий перейти от разрешенной проблемы к нерешенной
	Позволяющий получить дополнительные сведения
Тест(2)	Тест(4)
Тип(мм)	Тип(дн)
К функциям деловой беседы относят:	Аттракция представляет собой передачу партнеру по общению сигналов, которые им не осознаются, но имеют эмоциональное положительное значение.
Регулирование конфликтов	Да Нет
Поддержание деловой репутации	
Взаимное общение	Тест(5)
Совместный поиск, выдвижение и разработка гипотез	Тип(мм)
Контролирование функционирования совместных деловых мероприятий	К приемам аттракции относятся:
Поддержание деловых контактов	Уважительное отношение к партнеру по беседе
Стимулирование деловой активности	Использование анекдота
	Рассказ о личных впечатлениях
Тест(3)	Имя собственное
Тип(ом)	Комплимент
	Терпеливый слушатель

Прием воздействия улыбкой

Тест(6)

Тип(ус)

Установите соответствие замечанию и его содержанию:

Невысказанное замечание

Предубеждение

Замечание с целью получения информации

Замечание с целью проявить себя

Субъективное замечание

Тест(8)

Тип(мм)

К формам делового общения относятся:

Корпоративные мероприятия

Беседа начальника с подчиненным

Корпоративное СМИ

Деловая беседа

Деловые переговоры

Деловое совещание

Публичное выступление

Замечание по каким-то причинам не озвучено вслух

Позиция основана на эмоциях, а не на логической аргументации

Желание получить дополнительную информацию

Показ своей четко обозначенной позиции в вопросе

Носят явно выраженную личностную окраску

Тест(9)

Тип(дн)

Общение в своей структуре имеет интерактивную и перцептивную стороны.

Нет Да

Тест(10)

Тип(ом)

Коммуникативная сторона общения – это:

Организация взаимодействия между людьми

Процесс восприятия друг друга партнерами по общению и установление на этой почве взаимопонимания

Обмен информацией между людьми

Тест(7)

Тип(дн)

Косвенное деловое общение происходит при непосредственном контакте.

Нет Да

Тема 3. Профессионально-этические нормы и принципы ведения деловых переговоров

Тест(1)

Тип(дн)

Деловые переговоры – это коммуникация между сторонами для достижения своих целей, при которой каждая из сторон имеет равные возможности в контроле ситуации и принятии решения

Да Нет

Метод видимой поддержки

Метод игнорирования

Тест(3)

Тип(ус)

Двусторонняя аргументация

Односторонняя аргументация

Тест(2)

Тип(мм)

Для общих конструкций аргументации применяют приемы:

Аналогия

Доказательный метод

Синергетический метод

Метод преувеличения

Фундаментальный метод

Метод сравнения

Метод противоречия

Применяется, когда указываются как преимущества, так и слабые стороны предлагаемого решения

Применяется, когда партнер менее образован или у него уже сложилось свое мнение, или он открыто выражает позитивное отношение к вашей точке зрения

Тест(4)

Тип(ус)

Установите соответствие между методом аргументации и его содержанием:

Фундаментальный метод

Метод противоречия

Метод извлечения выводов

Метод сравнения

Прямое обращение к собеседнику в целях ознакомления с фактами и сведениями, являющимися основой доказательной аргументации

Выявление противоречий аргументации партнера

Основывается на точной аргументации, которая постепенно, посредством частичных выводов, приводит к желаемому результату

Тест(5)

Тип(дс)

Техника состоит в обобщении и любого рода преувеличении, а также составлении преждевременных выводов

Тест(6)

Тип(дс)

Техника основывается на «выдергивании» отдельных фраз из выступления, их изоляции и преподнесении в урезанном виде с тем, чтобы они имели значение,

совершенно

противоположное

первоначальному

Тест(7)

Тип(дс)

Техника

заключается в том, что собеседник не атакует наши аргументы, а переходит к другому вопросу, который, по существу, не имеет отношения к предмету обсуждения

Тест(8)

Тип(дс)

Техника

.....

..... основывается на сообщении путаной, противоречивой информации.

Тест(9)

Тип(дс)

Техника..... представляет собой неприкрытое извращение того, что сказано, или перестановку акцентов.

Тест(10)

Тип(дн)

Тактика аргументирования – это умение приводить логичные аргументы, а техника аргументирования – выбирать из них психологически действенные

Нет Да

Тема 4. Профессионально-этические нормы и принципы ведения публичного выступления

Тест(1)

Тип(мм)

Тема публичного выступления:

Должна представлять интерес для аудитории

Должна быть обязательно посвящена актуальной проблеме

Должна содержать фактологический материал

Должна представлять интерес для оратора

Должна удовлетворять потребностям аудитории

Оратор должен разбираться в теме выступления лучше аудитории

Тест(2)

Тип(ом)

На докоммуникативном этапе подготовки публичного выступления следует продумать когнитивное воздействие на аудиторию, которое представляет собой:

Воздействие на аудиторию новой информацией

Воздействие на базовые эмоции аудитории в целях вызвать необходимую реакцию на выступление

Воздействие на аудиторию путем вызова ответного действия на полученную информацию

Тест(3)

Тип(ом)

Введение публичного выступления свойственна задача:

Изложение цели выступления
 Обобщение сказанного
 Указание перспектив
 Краткое повторение основных проблем

Тест(4)
 Тип(ом)
 Для основной части публичного выступления характерно:
 Сообщение информации
 Призыв к непосредственным действиям
 Обоснование собственной точки зрения
 Убеждение аудитории

Тест(5)
 Тип(ом)
 Заклучению публичного выступления свойственна задача:
 Обобщение сказанного
 Указание перспектив
 Краткое повторение основных проблем
 Убеждение аудитории

Тест(6)
 Тип(ом)
 Публичное выступление имеет следующую композицию:
 Вступление, основная часть, заключение
 Зачин, введение, основная часть, заключение, концовка
 Вступление, сообщение темы, доказательство, заключение
 Вступление, сообщение темы, сообщение цели речи, развитие темы, доказательство, опровержение, заключение

Тест(7)
 Тип(ом)
 Наилучшим способом выступления признается:
 Выступление-импровизация
 Запоминание речи наизусть
 Чтение с листа
 Выступление с опорой на текст

Тест(8)
 Вес(9)
 Тип(мм)
 К коммуникативному этапу публичного выступления относятся:
 Написание текста публичного выступления
 Продумывание темы и цели публичного выступления
 Анализ невербального поведения оратора
 Ответы на вопросы
 Установление контакта с аудиторией
 Обращение к аудитории
 Удержание внимания аудитории

Тест(9)
 Тип(мм)
 К способам удержания внимания аудитории относят:
 Внешний вид оратора
 Наличие раздаточного материала
 Применение специальной терминологии
 Непринужденная манера изложения
 Содержательность выступления
 Доступность изложения
 Настроенность на слушателей

Тест (10)
 Тип (мм)
 К посткоммуникативному этапу публичного выступления относятся:
 Удержание внимания аудитории
 Обращение к аудитории
 Установление контакта с аудиторией
 Анализ невербального поведения оратора
 Ответы на вопросы
 Сравнение цели с полученными результатами
 Анализ ошибок, допущенных в ходе выступления
 Определение форм, методов и средств дальнейшей коммуникации с аудиторией или по теме выступления

Тема 5. Профессионально-этические нормы и принципы разрешения конфликтов в профессиональной среде

Тест(1)

Тип(дн)

Конфликт – это психическое явление, заключающееся в столкновении противоположных действий, взглядов, интересов, стремлений, планов различных людей или мнений, мотивов, потребностей одного человека, серьезное разногласие, острый спор, приводящий к борьбе

Да Нет

Тест(2)

Тип(ус)

Установите соответствие между видом конфликта и его содержанием:

Межличностный конфликт	Противоборство в коллективе или в различных социальных группах, отстаивающих противоположные интересы, преследующих несовместимые цели и своими практическими действиями препятствующих друг другу.
Внутриличностный конфликт	Столкновение взаимодействующих людей, чьи цели, интересы, ценности, нормы поведения или методы работы взаимоисключают друг друга или мешают, противодействуют, т. е. несовместимы в данной ситуации
Межгрупповой конфликт	Столкновение примерно равных по силе и значимости, но противоположно направленных мотивов, потребностей, интересов, влечений у одного и того же человека, отражающих противоречивые связи с социальной средой

Тест(3)

Тип(мм)

Производственные причины возникновения конфликтных ситуаций в деловых межличностных отношениях:

Разница в заработной плате руководителей и подчиненных

Родственные связи между руководителями и подчиненными

Взаимозависимость задач

Противоположные тенденции в функционировании производства

Нечеткость или не разработанность функциональных обязанностей сотрудников и руководителя

Различия во взглядах и представлениях у руководителей и непосредственных исполнителей

Тест(4)

Тип(мм)

Причины возникновения конфликтных ситуаций в деловых межличностных отношениях непроизводственного характера:

Различия во взглядах и представлениях у руководителей и непосредственных исполнителей

Родственные связи между руководителями и подчиненными

Ложные образы конфликта

Различия в психологических особенностях
Состояние здоровья работника и членов его семьи

Тест(5)

Тип(ом)

Сколько обычно выделяют этапов развития конфликтной ситуации?

4 3 2 5

Тест(6)

Тип(мм)
 Конфликтное поведение может развиваться в следующих направлениях:
 Ультимативном
 Рефлексивном
 Компромиссном
 Острая борьба
 Уход от конфликтной ситуации

Тест(7)
 Тип(дн)
 Универсальных способов выхода из конфликтных ситуаций, их разрешения не существует
 Да Нет

Тест(8)
 Тип(мм)
 Структурные методы управления конфликтами:
 Система наказаний
 Наличие корпоративной культуры
 Работа ПР-отдела
 Наличие штатных психологов
 Использование координирующих механизмов
 Четкая формулировка требований
 Установление общих целей

Система поощрений

Тест(9)
 Тип(мм)
 На этапе возникновения конфликтной ситуации целесообразны следующие психолого-педагогические воздействия:
 Увольнение зачинщиков
 Проведение собрания с разбором конфликтной ситуации
 Обеспечение взаимопонимания противоборствующими сторонами друг друга в истинных причинах разногласий
 Организация целенаправленных воздействий общественного мнения коллектива
 Разъяснение путей выхода из сложившейся ситуации

Тест(10)
 Тип(дн)
 Управление конфликтом – это сознательная деятельность по отношению к нему, осуществляемая на всех этапах его возникновения, развития и завершения участниками конфликта или третьей стороной
 Да Нет

Тема 6. Имидж делового человека в контексте профессиональной этики

Тест(1)
 Тип(дн)
 Имидж – категория, универсально применимая к любому объекту, становящемуся предметом социального познания
 Да Нет

Тест(2)
 Тип(мм)
 К функциям имиджа относятся:
 Релаксация
 Социализация
 Инкультурация
 Социальная идентификация
 Социальный тренинг
 Психологическая защита

Тест(3)
 Тип(ус)
 Установи соответствие между видом имиджа и его содержанием:

Кинетический имидж	Мнение о человеке, которое формируется на основе его вербальной продукции
Средовый имидж	Мнение о человеке, которое создается на основе восприятия и оценки вещей и предметов, произведенных самим человеком
Овеществленный имидж	Мнение о человеке, сформированное на основе восприятия имиджформирующей информации о его внешнем виде
Габитарный имидж	Мнение о человеке, которое создается на основе восприятия и оценки среды его обитания
Вербальный имидж	Мнение о человеке, которое создается на основе восприятия и оценки его кинетики

Тест(4)

Тип(дп)

Раскройте содержание эффектов:

Эффект визуального имиджа	
Эффект первых фраз	
Эффект аргументированности	
Эффект интонации и паузы	
Эффект художественной выразительности	
Эффект релаксации	
Эффект дозирования информации	

Тест(5)

Тип(дс)

Одежда должна демонстрировать принадлежность субъекта к определенной _____ группе людей

Жестикуляция

Одежда

Аксессуары

Телосложение

Фигура

Макияж

Тест(6)

Тип(мм)

К габитарному имиджу относится:

Речь

Поза

Визитка

Тест(7)

Тип(ом)

Коммуникативными качествами речи являются:

Эмоциональная насыщенность

Использование неологизмов и профессионализмов

Точность
Уместность
Содержательность

Чистота

Тест(8)

Тип(ус)

Классически рабочий кабинет должен иметь три рабочие зоны:

Рабочий стол человека в виде маленького столика, приставленного к рабочему столу	Общение с близкими, завершение сделки, кратковременный отдых
Удлиненный рабочий стол для проведения совещаний и переговоров	Общение с коллегами, подчиненными
Угловой диванчик с низким журнальным столиком	Деловые переговоры с партнерами, деловые совещания с сотрудниками

Тест(9)

Тип(дс)

Средовый имидж должен соответствовать _____

Тест(10)

Тип(дс)

При создании продуктов овеществленного имиджа следует особое внимание уделять _____ продукта, а не только его содержанию

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)

Форма проведения промежуточной аттестации: коллоквиум.

Формируемые компетенции: УК-5.3; ОПК-5.1; ОПК-7.2.

1. Понятие «мораль». Структура морали.
2. Определение этики. Ее связь с моралью.
3. Определение нравственности. Ее связь с моралью и этикой.
4. Прикладная этика: причины возникновения и актуальные проблемы прикладной этики.
5. Профессиональная этика: ее разновидности, категории, принципы и функции.
6. Кодексы профессиональной этики: виды и функции.
7. Профессиональные этические кодексы и их роль в формировании механизма профессиональной морали специалиста в области рекламы и связей с общественностью.
8. Профессиональная этика и профессиональная культура специалиста по связям с общественностью.
9. Кодексы профессиональной этики связей с общественностью.
10. Взаимобусловленность этики и права в PR-деятельности.
11. Неформальные способы регулирования PR-деятельности: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
12. Этические нормы рекламной деятельности.

13. Неэтичная реклама: сложности определения и причины ее появления.
14. Классификация нарушения норм в рекламе.
15. Принципы корректности рекламы.
16. Проблемное поведение пользователей в Сети: деструктивное и противоправное.
17. Неэтичное поведение пользователей в Сети: флейм, спам и др.
18. Серьезные нарушения сетевого этикета. Правила нетикета.
19. Этикет в компьютерных сетях. Этика общения в рамках телеконференций, дискуссионных групп, чатах.
20. Виды корпоративной этики: традиционная, высококвалифицированная, инновационная, общественная.
21. Неэтичное поведение в организации и его причины.
22. Структура корпоративного этического кодекса. Контроль за выполнением этического кодекса.
23. Нормы деловой этики и основные принципы этики деловых отношений.
24. Предпринимательская этика: условия формирования цивилизованной предпринимательской этики, основные нормы этического кодекса предпринимательства.
25. Противоречия между этикой и бизнесом в современных деловых отношениях.
26. Проблемы социальной ответственности организации: преимущества и недостатки.
27. Этика деловых отношений в различных культурах.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Источники:

Основные:

1. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
2. Федеральный закон «О средствах массовой информации» (ФЗ № 2124-1). – М., 1991.
3. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA).
4. Международный этический Кодекс Паблик Рилейшнз / Афинский кодекс.
5. Профессиональная Хартия международного комитета ассоциаций PR-консультантов / Римская Хартия.
6. Кодекс профессионального поведения в области PR / Лиссабонский кодекс.
7. Международный кодекс по практике маркетинговых и социальных исследований и др.
8. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью (РАСО, 2001 г.).
9. Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью.
10. Кодекс профессиональной сертификации в области связей с общественностью.
11. Хартия «Политические консультанты за честные выборы».
12. Кодекс профессиональной этики российского журналиста.
13. Профессиональный кодекс в области маркетинга и др.

Дополнительные:

14. Федеральный закон «О государственной тайне» (ФЗ № 5485-1). – М., 1993.
15. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (ФЗ № 149). – М., 2006.

16. Доктрина информационной безопасности РФ. – М., 2016.

Литература:

1. Этика: учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.]; под ред. А.М. Руденко. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22311>. - ISBN 978-5-369-01642-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019763>
2. Разин, А. В. Этика: учебник / А.В. Разин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2019. — 415 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <http://new.znanium.com>]. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011414-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/984076>
3. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К.Захаров, В.Г.Коновалова; Под ред. А.Я.Кибанова. - 2-е изд., перераб. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020 - 383 с.: + (Доп. мат. znanium.com). - (ВО:Бакалавр.). - ISBN 978-5-16-006723-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1047095>
4. Иванова, И. С. Этика делового общения: учебное пособие / И.С. Иванова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 168 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/2086. - ISBN 978-5-16-008998-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1069147>
5. Малюк, А. А. Этика в сфере информационных технологий / А.А. Малюк, О.Ю. Полянская, И.Ю. Алексеева. - Москва: Гор. линия-Телеком, 2011. - 344 с.: ил.; ISBN 978-5-9912-0197-1, 500 экз. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/318810>
6. Ореховская, Н. А. PR в сфере социальной коммуникации: учебник / Н. А. Ореховская. - Москва: Альфа-М, 2013. - 198 с. - ISBN 978-5-98281-385-5. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/448801>
7. Семенов, А. К. Этика менеджмента: учебное пособие для бакалавров / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. — 7-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 270 с. - ISBN 978-5-394-03279-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091121>
8. Семенов, А. К. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учебное пособие для бакалавров / А. К. Семенов, Е. Л. Маслова. — 10-е изд. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 274 с. - ISBN 978-5-394-03599-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091119>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>
 Информационные справочные системы:
 Консультант Плюс

Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

- Windows
- Microsoft Office
- Kaspersky Endpoint Security
- Adobe Master Collection
- AutoCAD
- Archicad
- SPSS Statistics
- ОС «Альт Образование»
- Visual Studio
- Adobe Creative Cloud

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
- Cambridge University Press
- ProQuest Dissertation & Theses Global
- SAGE Journals
- Taylor and Francis
- JSTOR

Информационные справочные системы:

- Консультант Плюс
- Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинарское занятие 1 (2 ч.). Профессиональная этика в системе этического знания

Вопросы для обсуждения:

1. Трактовка термина «этика». Важнейшие категории и принципы этики.
2. Возникновение морали и ее структура. Мораль в жизни человека и общества. Новые вызовы и новые моральные проблемы в современном обществе. Обоснование морали и ее парадоксы.
3. Понятие прикладной этики, её особенности и структур; виды прикладной этики. Основные особенности прикладной этики по сравнению с общей этикой.
4. Профессиональная этика, ее категории, структура и функции, место в системе профессиональной морали. Различие между прикладной и профессиональной этикой. Виды профессиональной этики.
5. Кодексы профессиональной эти: история и причины возникновения. Структура кодекса профессиональной этики: группы норм, утверждающих этическую ответственность. Функции и виды этических кодексов. Контроль за выполнением этического кодекса.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 2 (2 ч.). Профессиональная этика в рекламной деятельности»

Вопросы для обсуждения:

1. Неэтичная реклама: сложности определения и причины ее появления.
2. Классификация нарушения норм в рекламе.
3. Принципы корректности рекламы.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 3 (2 ч.). Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью

Вопросы для обсуждения

1. Содержание профессиональной культуры специалиста по связям с общественностью: категории, направления, требования.
2. Профессиональные кодексы PR-деятельности.
3. Основные объединения PR-профессионалов в России и за рубежом: функции и задачи, решаемые этими организациями.
4. Негативные негативных PR-технологий: цели и функции.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 4 (4 ч.). Проблемы этики в сфере информационных технологий

Вопросы для обсуждения

1. Проблемное поведение пользователей в Сети: деструктивное и противоправное.
2. Неэтичное поведение пользователей в Сети: флейм, спам и др.
3. Серьезные нарушения сетевого этикета. Правила нетикета.
4. Факсимильные и электронные сообщения. Этикет пользования электронной почтой.
5. Этикет в компьютерных сетях. Этика общения в рамках телеконференций, дискуссионных групп, чатах.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Семинарское занятие 5 (2 ч.). Корпоративная этика

Вопросы для обсуждения

1. Виды корпоративной этики: традиционная, высококвалифицированная, инновационная, общественная.
2. Неэтичное поведение в организации и его причины.
3. Структура корпоративного этического кодекса. Контроль за выполнением этического кодекса.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Практическое занятие 6 (2 ч.). Этические нормы деловых отношений.

Вопросы для обсуждения

1. Нормы деловой этики и основные принципы этики деловых отношений.
2. Предпринимательская этика: условия формирования цивилизованной предпринимательской этики, основные нормы этического кодекса предпринимательства.
3. Противоречия между этикой и бизнесом в современных деловых отношениях.
4. Проблемы социальной ответственности организации: преимущества и недостатки.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Практическое занятие 7 (4 ч.). Этика деловых отношений в различных культурах

Вопросы для обсуждения

1. Особенности делового коммуникативного поведения и предпринимательства представленных народов. *Иностранные партнеры:*
 - англичане
 - французы
 - американцы
 - немцы
 - итальянцы
 - партнеры из стран Скандинавии
 - японцы
 - китайцы
 - арабы
2. Особенности этики деловых отношений и предпринимательства в России.

Материально-техническое обеспечение занятия: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов. Состав программного обеспечения: Windows и Microsoft Office.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики связей с общественностью.

Цель дисциплины – развить способность специалистов по рекламе и связям с общественностью к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в рамках осуществляемых деловых контактов.

Задачи дисциплины:

- сформировать у будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений в сфере информационной деятельности, их роли в профессиональной деятельности;
- помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике;
- ознакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;
- раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых российским и мировым информационными сообществами, как стандартов профессионального поведения.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
- 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
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные категории и понятия профессиональной этики, содержание категорий, определяющих профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью; содержание профессионально-этических норм, наиболее типичных этических коллизий сферы информационной деятельности, нормативных документов сообществ работников служб по рекламе и связям с общественностью.

Уметь: определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; применять на практике профессионально-этические нормы и принципы ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, полемики, дискуссии, вербального и невербального общения, моделирования профессионального имиджа.

Владеть: механизмами учета в профессиональной деятельности тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; приемами ведения деловой беседы, деловых переговоров, публичного выступления, разрешения профессиональных конфликтов, ведения спора, полемики, дискуссии, формирования профессионального имиджа.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.