

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.17** Этика профессиональной сферы

Учебный план: ФГОС3+\_2020-2021\_42.03.01\_ИБК\_ЗАО\_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:  
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	4	4	127	9	4	Экзамен
	РПД	4	4	127	9	4	
Итого	УП	4	4	127	9	4	
	РПД	4	4	127	9	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

\_\_\_\_\_

Куксо Ксения

Александровна

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов

Михаил

Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил

Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил

Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Развить понимание обучающихся этических принципов и норм в области рекламной деятельности и практик PR.

### 1.2 Задачи дисциплины:

реконструировать эволюцию этической рефлексии в европейской культуре;  
раскрыть предметную специфику и базовые принципы профессиональной этики специалиста в области рекламной и PR-деятельности;  
охарактеризовать значение владения принципами профессиональной этики для специалиста в области рекламы и PR.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Основы брендинга

Корпоративные коммуникации

Деловые коммуникации в профессиональной деятельности

Основы сторителлинга

Комплексные исследования в отрасли

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПКп-1: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности**

**Знать:** основные этические регуляторы в сфере рекламы и связей с общественностью.

**Уметь:** придерживаться этических норм профессиональной деятельности.

**Владеть:** навыками использования этических норм и правил в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности; навыками ориентирования в проблемах восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий с позиций социально значимых ценностей.

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Предметно-методологические основания дисциплины	4				
Тема 1. Проблемное поле и предназначение дисциплины. Практическое занятие: Предметный интерес и предназначение профессиональной этики.		0,5	0,5	15	
Тема 2. Базовые принципы нравственности. Практическое занятие: Место этики в культуре и человеческом существовании.		0,5	0,5	15	ГД
Раздел 2. Историческая эволюция систем нравственности					
Тема 3. Основные подходы к нравственности в античной культуре. Практическое занятие: Предназначение и модели эллинистической «заботы о себе».		0,5	0,5	15	ГД
Тема 4. Этика Нового времени: основные направления. Практическое занятие: основные решения новоевропейской этики.		0,5	0,5	15	
Тема 5. Основные проблемы современной этики. Практическое занятие: Генеалогия проблем современной этики.		0,5	0,5	15	
Раздел 3. Профессиональная этика в рекламной и PR-деятельности.					
Тема 6. Этические стандарты деятельности рекламиста и PR-специалиста. Практическое занятие: Профессиональные и нравственные требования к личности специалиста в области рекламной и PR- деятельности.		0,5	0,5	22	ИЛ
Тема 7. Этическая регуляция рекламы. Практическое занятие: Этические требования к рекламе.		0,5	0,5	15	
Тема 8. Этика профессиональных коммуникаций. Практическое занятие: Этические стандарты профессиональных коммуникаций в области рекламной и PR-деятельности.		0,5	0,5	15	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	127	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>			10,5	133,5	

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

#### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	Раскрывает этические принципы, регулирующие сферу рекламы и связей с общественностью.	Вопросы для устного собеседования
	Соблюдает этические нормы при подготовке продуктов, мероприятий и компаний в области рекламы и PR.	Практико-ориентированное задание (в письменной форме)
	Аргументирует позицию по вопросу профессиональной деятельности с учетом этических норм и этичного отношения к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям.	Практико-ориентированное задание (в письменной форме)

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
5 (отлично)	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Самостоятельный подход при изложении материала.	
4 (хорошо)	Ответ полный, в нем продемонстрировано знание материалов дисциплины, но при этом обнаружено их недостаточное понимание.	
3 (удовлетворительно)	Ответ воспроизводит лекционные материалы без их понимания. Источники по соответствующей тематике освоены частично. Продемонстрировано ошибочное понимание материалов и недостаточный уровень знаний.	
2 (неудовлетворительно)	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных положений вопроса. В ответе присутствуют грубые ошибки.	

### 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

#### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Проблемное поле и предназначение дисциплины Этика профессиональной сферы.
2	Предметный интерес и задачи профессиональной этики.
3	Теоретическая генеалогия профессиональной этики.
4	Предметный интерес этики. Этика в системе культуры.
5	Моральная регуляция человеческого поведения: сущность и функции.
6	Основные трактовки нравственности в античной культуре.
7	Основные составляющие процесса цивилизации и его психологические воздействия.
8	Этика Нового времени: основные направления.
9	Основные разработки этики XIX века и их выход на современные этические проблемы.
10	Основные предметные поля современной этики.

11	Основные принципы современной этики.
12	Нормы профессиональной этики.
13	Актуальность изучения профессиональной этики для специалиста в области рекламы и PR.
14	Специфика разработки этики рекламы и PR в России.
15	Этические проблемы рекламной и PR-деятельности.
16	Этические нормы деятельности рекламиста и специалиста по PR.
17	Этические нормы рекламы.
18	Этические требования к специалисту по PR.
19	Этические требования к работе PR-специалиста со СМИ.
20	Проводимые организациями мероприятия для повышения этического уровня сотрудников.
21	Нормы и функции делового общения.
22	Виды делового общения.
23	Организация пространства делового общения.
24	Деловой этикет. Требования к поведению.
25	Деловой этикет. Требования к внешнему виду.
26	Деловой спор и принципы его ведения.
27	Конфликтное общение. Функции конфликта.
28	Основные стратегии разрешения конфликта. Этические нормы делового телефонного разговора.
29	Основные требования к деловой переписке.
30	Организация делового совещания.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Тестовые задания не предусмотрены.

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Выберите из списка предложенных понятия, обозначающие принципы профессиональной этики. Дайте определение, раскройте взаимосвязь понятий между собой:

Связность, честность, пунктуальность, открытость, образованность, вежливость, адекватность, интеллектуальность.

2. Подготовьте самостоятельно текст рекламного характера с этически корректным упоминанием известного произведения искусства.

3. Охарактеризуйте на самостоятельно избранном примере рекламы этически корректное подразумевание социальной идентичности ее аудитории.

### 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

#### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

#### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

#### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проводится в устной и письменной форме. Обучающийся получает 2 вопроса и 1 практическое задание (в письменной форме).

На подготовку к ответу по вопросам экзамена обучающемуся дается 40 мин.

Во время сдачи экзамена обучающемуся не разрешается пользоваться словарями, справочниками и иными учебно-методическими и научными материалами по изученному курсу.

При ответе на вопрос экзамена обучающийся должен быть способен связно излагать, а не читать подготовленный ответ и свободно переходить к ответам на вопросы преподавателя, тематически связанные с его заданием.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Григорьев, Д. А., Мальков, Б. Н.	Профессиональная этика	Москва: Всероссийский государственный университет юстиции (РПА Минюста России)	2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/43230.html">http://www.iprbookshop.ru/43230.html</a>
Троянская, А. И.	Деловая этика	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83263.html">http://www.iprbookshop.ru/83263.html</a>
Виговская, М. Е.	Профессиональная этика и этикет	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75205.html">http://www.iprbookshop.ru/75205.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Кравченко Н. Н.	Профессиональная этика	СПб.: СПбГУПТД	2015	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2416">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2416</a>

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационно – правовой портал ГАРАНТ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru>  
Компьютерная справочно-правовая система КонсультантПлюс [Электронный ресурс]. URL:  
<http://www.consultant.ru>  
Консультант плюс

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional  
Microsoft Windows  
СПС КонсультантПлюс

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска