

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Этика профессиональной сферы

Учебный план: 2024-2025 42.03.01 ИБК РиСО ОО №1-1-129.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: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	66	27	4	Экзамен
	РПД	17	34	66	27	4	
Итого	УП	17	34	66	27	4	
	РПД	17	34	66	27	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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Доцент

Голубовская Алиса
Валентиновна

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:

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:

История и теория модной индустрии

Основы визуальной культуры

Организация и проведение специальных мероприятий

Введение в историю дизайна и искусств

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен организовать работы по созданию и редактированию контента в сфере дизайна и моды
Знать: основные этические принципы в создании и редактировании контента в сфере дизайна и моды
Уметь: придерживаться этических норм профессиональной деятельности
Владеть: навыками использования этических норм и правил в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Предметно-методологические основания дисциплины	7					О
Тема 1. Проблемное поле и предназначение дисциплины. Реклама и связи с общественностью в системе профессиональной морали. Практическое занятие: Трудности при налаживании кросскультурной коммуникации.		2	2	5	ИЛ	
Тема 2. Реклама и связи с общественностью в исторической практике и в истории этической мысли. Практическое занятие: Политический PR.		2	4	5	ГД	
Раздел 2. Правовое поле. Этические кодексы и законы						О,ДС,ДИ
Тема 3. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности специалиста по связям с общественностью Практическое занятие: «Закон о СМИ» и его применение в рг-деятельности		2	4	7	ГД	
Тема 4. Этические кодексы PR-специалиста. Практическое занятие: Анализ кодексов PR деятельности.		2	4	8		
Тема 5. Основные проблемы современной этики в PR. Практическое занятие: Проблемные ситуации правового и этического характера в профессиональной деятельности PR-специалиста.		2	4	8	НИ	
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.		3	6	14	ИЛ	О,
Тема 7. Этическая регуляция рекламы. Этические требования к рекламе в современной России. Практическое занятие: Этическая экспертиза рекламного изобразительного ряда.		2	4	9	ИЛ	
Тема 8. Этика профессиональных коммуникаций. Практическое занятие: Этические стандарты профессиональных коммуникаций в области рекламной и PR-деятельности.	2	6	10	ГД		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	66		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5		24,5		

Всего контактная работа и СР по дисциплине		53,5	90,5		
---	--	------	------	--	--

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
ПК-2	Раскрывает этические принципы, регулирующие сферу рекламы и связей с общественностью. Соблюдает этические нормы при подготовке продуктов, мероприятий и компаний в области рекламы и PR . Аргументирует позицию по вопросу профессиональной деятельности с учетом этических норм и этичного отношения к социальным, этническим, конфессиональным и культурным различиям.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированное задание (в письменной форме) 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
Семестр 7	
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 составляющие процесса цивилизации и его психологические воздействия.
7	Основные предметные поля современной этики.

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

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 данных 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
6.1.1 Основная учебная литература				
Гонтарь, О. П., Романова, С. П.	Профессиональная этика	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/100094.html
Троянская, А. И.	Деловая этика	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83263.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Дорохина, Р. В.	Этика деловых отношений	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2020	http://www.iprbookshop.ru/108191.html

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

Библиотека Сектора этики Института философии РАН https://iphras.ru/ethics_biblio.htm

Биоэтический форум: <http://www.bioethics.ru/>

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