

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.07** Этика профессиональной сферы

Учебный план: 2025-2026 42.03.01 ИБК РиСО ЗАО №1-3-129.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: 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 Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

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:

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

<b>ПК-2: Способен организовать работы по созданию и редактированию контента в сфере дизайна и моды</b>
<b>Знать:</b> основные этические принципы в создании и редактировании контента в сфере дизайна и моды
<b>Уметь:</b> придерживаться этических норм профессиональной деятельности
<b>Владеть:</b> 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
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Предметно-методологические основания дисциплины	4				
Тема 1. Проблемное поле и предназначение дисциплины. Реклама и связи с общественностью в системе профессиональной морали. Практическое занятие: Трудности при налаживании кросскультурной коммуникации.		0,5	0,5	10	
Тема 2. Реклама и связи с общественностью в исторической практике и в истории этической мысли. Практическое занятие: Политический PR.		0,5	0,5	16	
Раздел 2. Правовое поле. Этические кодексы и законы					
Тема 3. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности специалиста по связям общественностью. Практическое занятие: «Закон о СМИ» и его применение в рг-деятельности		0,5	0,5	15	
Тема 4. Этические кодексы PR-специалиста. Практическое занятие: Анализ кодексов PR деятельности.			0,5	16	
Тема 5. Основные проблемы современной этики в PR. Практическое занятие: Проблемные ситуации правового и этического характера в профессиональной деятельности PR-специалиста.		0,5	0,5	16	
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.		1	0,5	18	
Тема 7. Этическая регуляция рекламы. Этические требования к рекламе в современной России. Практическое занятие: Этическая экспертиза рекламного изобразительного ряда.		0,5	0,5	18	
Тема 8. Этика профессиональных коммуникаций. Практическое занятие: Этические стандарты профессиональных коммуникаций в области рекламной и PR-деятельности.		0,5	0,5	18	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	127	
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)			2,5	6,5	

Всего контактная работа и СР по дисциплине		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
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.	

##### 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	1 Проблемное поле и предназначение дисциплины Этика профессиональной сферы.
2	2 Предметный интерес и задачи профессиональной этики.
3	3 Теоретическая генеалогия профессиональной этики.
4	4 Предметный интерес этики. Этика в системе культуры.
5	5 Моральная регуляция человеческого поведения: сущность и функции.
6	6 Основные составляющие процесса цивилизации и его психологические воздействия.
7	7 Основные предметные поля современной этики.

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

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

### 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 подраумевание 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

## 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>				

Брюхова, Н. Г., Кайгородов, Б. В., Кузнецова, Ю. В., Майсак, Н. В., Романова, О. В., Тайсаева, С. Б., Тимашева, Л. В., Яковец, Д. А., Майсак, Н. В., Тимашевой, Л. В., Яковец, Д. А.	Управление конфликтами в образовательной среде: теория и практика	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2022	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/116370.html">https://www.iprbooks.hop.ru/116370.html</a>
Ильиных, С. А.	Управление конфликтами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/108253.html">https://www.iprbooks.hop.ru/108253.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
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>
Гонтарь, О. П., Романова, С. П.	Профессиональная этика	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/100094.html">http://www.iprbookshop.ru/100094.html</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>

Библиотека Сектора этики Института философии РАН [https://iphras.ru/ethics\\_biblio.htm](https://iphras.ru/ethics_biblio.htm)

## 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