

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Этика профессиональной сферы

Учебный план:

2026-2027 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:
(специализация)

Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)

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:

Введение в историю дизайна и искусств

Правовая защита бренда в дизайне и моде

Коммерческий копирайтинг и спичрайтинг

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
		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 PR-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. Продemonстрировано 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
6.1.1 Основная учебная литература				

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	https://www.iprbooks.hop.ru/116370.html
Ильиных, С. А.	Управление конфликтами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	https://www.iprbooks.hop.ru/108253.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Троянская, А. И.	Деловая этика	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2019	http://www.iprbookshop.ru/83263.html
Гонтарь, О. П., Романова, С. П.	Профессиональная этика	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2019	http://www.iprbookshop.ru/100094.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>

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

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

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