

Аннотация программы дисциплины ОП.15 Профессиональная этика и реклама

Объем трудоемкости дисциплины «Профессиональная этика и реклама»

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	96
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	64
в том числе:	
занятия лекционного типа	32
практические занятия	32
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	26
<i>Консультации</i>	6
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>зачет</i>

Цель и задачи учебной дисциплины

Цель – сформировать представление обучающихся об основах этического регулирования рекламы.

Задачи:

1. Изучение этического и правового регулирования рекламной деятельности, при этом учесть практические аспекты.
2. Формирование навыков проведения этической экспертизы рекламы
3. Освоение норм и правил этики деловых отношений

Место дисциплины в структуре ППССЗ

Дисциплина входит в профессиональный цикл.

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п.п	Индекс ком-ции	Содержание компетенции	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть

1	ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	-Основы этического регулирования рекламной деятельности -Этические нормы в деловых отношениях -Практические аспекты этического регулирования различных видов рекламы	-искать необходимую информацию с помощью коммуникационных технологий -организовывать собственную деятельность -Принимать стандартные и нестандартные решения	-Навыки коллективной работы -Навыки индивидуальной работы
2	ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.			
3	ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.			
4	ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.			
5	ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.			
6	ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
7	ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.			
8	ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного			

		развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.			
9	ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.			
10	ОК-11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.			
	ПК.1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	-	-Находить рекламный материал по аналогии - находить рекламный материал по образцу	- Навыки анализа рекламных роликов
	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.			
	ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.			
	ПК 3.3	Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.	- Законодательство, контролирующее рекламную деятельность - Этические нормы, регулирующие деятельность в сфере рекламы	- Разбираться в правовом рекламном законодательстве - Разбираться в нормах этического регулирования рекламы	-Навыки сравнительного анализа - Навыки проведения этической экспертизы рекламы -Навыки составления этического портрета руководителя -Навыки разрешения конфликтов в сфере деловых отношений
	ПК 4.1 ПК 4.2	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	-Этические правила, регулирующие деловые отношения -Основы профессиональной и персональной этики		

В результате изучения обязательной части учебного цикла обучающийся должен:

Знать: основы этического и правового регулирования рекламной деятельности, правила и нормы этики деловых отношений, практические

аспекты этического регулирования различных форм рекламы.

Уметь:разбираться в нормах этического законодательства в сфере рекламы, сфере деловых отношений.

Владеть: навыками проведения этической экспертизы рекламы, разрешения конфликтов в сфере деловых отношений с помощью этических норм, составления этического портрета руководителя.

Основные разделы дисциплины:

Наименование разделов и тем	Количество аудиторных часов			Самостоятельная работа обучающегося (час)	Конс.
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия		
Раздел 1. Теоретические основы этики рекламы		9	7	4	
Тема 1. Этика рекламы: общее понятие			-	-	
Тема 2. Регулирование деятельности профессиональных групп			1	2	
Тема 3. Этическое регулирование рекламы			6	2	
Раздел 2. Практические аспекты этики рекламной деятельности		11	12	8	
Тема 4. Этика и коммерческая реклама		4	4	4	
Тема 5. Этика и политическая реклама		3	4	2	
Тема 6.Этика и социальная реклама		4	4	2	
Раздел 3. Этика деловых отношений		12	13	8	
Тема 7. Профессиональная		3	-	2	

этика					
Тема 8. Этика делового общения		3	4	4	
Тема 9. Этика деятельности организации		3	3	4	
Тема 10. Этика деятельности руководителя		3	6	4	
Всего по дисциплине	96	32	32	26	6

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме зачета.

Основная литература

Карпов, А. В. Этика и психология профессиональной деятельности : учебник для СПО / Карпов А. В. ; под ред. А. В. Карпова — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 570 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04457-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/918A5429-1217-4C6E-BA4A-A68F276AD8A2.

Автор Одаряева А.Р.