

## **АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.06.01 «Профессиональная этика специалиста по рекламе и PR»**

**Объем трудоемкости:** 1 зачетная единица (36 часов, из них – 14,2 часа контактная работа: практических 14 ч. (0,2 ИКР); 21,8 часов самостоятельной работы).

**Цель освоения дисциплины.** В соотношении творческого процесса с конкретными условиями деятельности правовой контроль и нравственный самоконтроль выступают как безусловная проверка качества профессионального решения. Поэтому *целью* дисциплины является ознакомление студентов с профессионально-этическими нормами, создание представления о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности социального института PR и рекламы; выработку у будущих профессионалов систематизированного представления о путях формирования и совершенствования законодательных и этических нормативов рекламной и PR-деятельности, что представляет неотъемлемую часть профессионального образования, как обязательного условия конкурентоспособности на рынке массовых информационных процессов.

### **Задачи дисциплины**

Среди основных *задач* дисциплины можно выделить следующие:

- сформировать у будущих специалистов в области PR и рекламной деятельности знания об основных этических понятиях, закономерностях формирования отношений в коллективе;
- дать систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений, их роли в профессиональной деятельности;
- помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике; познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;
- показать, в чем состоит саморегулирование профессионального сообщества и как оно соотносится с профессиональной этикой;
- изложить базовые понятия о рекламе, рекламной и PR-деятельности с юридической точки зрения, совокупности правового и этического регулирования и их взаимосвязи;
- раскрыть содержание фундаментальных профессионально-этических ориентиров, формирующих профессионально-нравственную позицию; рассматриваемых мировым рекламным и PR сообществом как стандарты профессионального поведения, ориентация на которые обеспечивает оптимальное взаимодействие;
- ознакомить студентов с практическими рекомендациями по применению нормативных актов.

### **Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной**

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Профессиональная этика специалиста по рекламе и PR» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины гуманитарного и социально-экономического цикла» учебного плана.

Данный курс является важной составной частью профессионального образования будущих специалистов, работающих в области PR и рекламной деятельности. Наряду с курсами «Культурология», «Основы культуры речи», «Имиджелогия», «Основы теории коммуникаций», он составляет основу их теоретико-практической подготовки.

Изучение такого явления, как профессиональная этика, овладение ее содержанием позволяют начинающему рекламисту и специалисту в области связей с общественностью

наполнить нравственным содержанием технологические моменты своей работы, постоянно держать в своем профессиональном сознании социальные ориентиры информационной деятельности, а, следовательно, работать более эффективно в социальном и профессиональном плане. Поэтому данная дисциплина, будучи крайне важной, изучается на ранней стадии профессионального образования – в четвертом семестре 2 курса. При этом более раннее изучение предмета нецелесообразно, поскольку у студента, как правило, еще нет того базового уровня знаний, который необходим для рассмотрения профессиональной этики. Сюда относятся как общетеоретические знания о рекламе и связях с общественностью как социальном институте, особенностях ее функционирования в обществе, так и практические навыки работы в СМИ.

**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Преподавание профессиональной этики имеет сегодня особое значение. Современный социум лишь постепенно и весьма медленно преодолевает проблемы того перелома, с которым столкнулся в 90-е годы XX века. Среди этих проблем – и сложность в определении и осуществлении профессиональных задач, а, следовательно, и нравственных критериев работы. «Нравственная болезнь» российского и мировой социальной общности имеет весьма глубокий характер. Молодому специалисту необходимо усвоить, что знание профессионально-этических критериев работы – важное средство эффективной работы. Необходимо внутренне принять эти нормы, применять их, несмотря на, подчас, сопротивление собственной профессиональной среды, находить этически правильный выход из сложных профессиональных ситуаций.

*Компетенции* обучающегося, формируемые данной дисциплиной, и их коды в соответствии с ФГОС ВО.

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (**ОК – 6**)

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (**ПК – 6**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК)*

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                                     | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                     |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                        |
|--------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                                                           | знать                                                                                                                                                                           | уметь                                                                                                                                                 | владеть                                                                                                                                                                |
| 1.     | ОК 6               | способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | <b>знать:</b><br>основные этические понятия и категории; в чем сущность профессиональной этики как науки о профессиональной морали и какова ее роль; содержание фундаментальных | <b>уметь:</b><br>проявлять навыки самостоятельной профессиональной ориентации в процессе работы, свидетельствую о достаточном уровне профессиональной | <b>владеть:</b><br>навыками оценки своих поступков и поступков окружающих с точки зрения норм этики и морали; навыками поведения в коллективе и общения с гражданами в |

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части)                                                                                                      | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                 |                                                                   |
|--------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|        |                    |                                                                                                                                            | знать                                                                                                                                                                                                    | уметь                                                                                                                                                                                                           | владеть                                                           |
|        |                    |                                                                                                                                            | профессионально-этических представлений рекламного и ПР сообщества                                                                                                                                       | зрелости; видеть при принятии решений в процессе профессионального поведения существующие альтернативы и выбирать вариант, сориентированный на моральные ценности профессионального сообщества                  | соответствии с нормами этикета                                    |
| 2.     | ПК-6               | способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | <b>знать</b> основные российские и зарубежные документы (кодексы, хартии, декларации) регулирующие правовую сторону профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и ПР в настоящий период. | <b>суметь</b> освоить принципы и методику поиска оптимальных этических решений в затруднительных ситуациях, с которыми сталкивается рекламист и специалист по связям с общественностью в повседневной практике. | <b>владеть</b> спецификой ведения этикета деловых бесед и встреч; |

### Структура и содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре (для студентов ОФО)

| № раздела | Наименование разделов                          | Количество часов |                   |    |    |                      |
|-----------|------------------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
|           |                                                | Всего            | Аудиторная работа |    |    | Внеаудиторная работа |
|           |                                                |                  | Л                 | ПЗ | ЛР |                      |
| 1         | 2                                              | 3                | 4                 | 5  | 6  | 7                    |
| 1.        | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 4                | 0                 | 2  | 0  | 2                    |
| 2.        | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 4                | 0                 | 2  | 0  | 2                    |

|    |                                                                                           |    |   |    |   |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|---|------|
| 3. | Этика делового общения                                                                    | 4  | 0 | 2  | 0 | 2    |
| 4. | Профессиональная этика (ПЭ)                                                               | 6  | 0 | 2  | 0 | 4    |
| 5. | Кодексы профессиональной этики                                                            | 6  | 0 | 2  | 0 | 4    |
| 6. | Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области PR | 6  | 0 | 2  | 0 | 4    |
| 7. | Комитеты и комиссии по профессиональной этике<br><i>Итоговое занятие</i>                  | 6  | 0 | 2  | 0 | 3,8  |
|    | <i>Итого по дисциплине:</i>                                                               | 36 | 0 | 14 | 0 | 21,8 |
|    |                                                                                           |    |   |    |   |      |

**Курсовые работы:** *не предусмотрены*

**Форма проведения аттестации по дисциплине:** *зачет*

**Основная литература:**

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/92937> — Загл. с экрана.
2. Философия : учеб. пособие / А.Т. Свергузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). —Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548110>

Автор РПД: д-р филол. наук, доц., проф. Патюкова Р.В.