

Аннотация дисциплины «Профессиональная этика и реклама»

Преподаватель Георгиева Анастасия Петровна

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)	28
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	28
Консультации	4
<i>Промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена/дифзачета</i>	<i>экзамен</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 ООП ВПО

Дисциплина входит в профессиональный цикл.

Требования к уровню освоения дисциплины

№ п.п	Индекс компетенции	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 -Этические правила, регулирующие деловые отношения -Основы профессиональной и персональной этики	- 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	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.			
	ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.			

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) (в том числе консультации)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
Раздел 1.				
Общие этические основы рекламной деятельности	16	9	7	6
Тема 1. Этическое регулирование рекламной деятельности	2	2	1	1
Тема 2. Этическое законодательство в сфере рекламы	3	2	2	1
Тема 3. Этическая экспертиза рекламного продукта	11	5	4	4
Раздел 2. Этика профессиональной деятельности	23	11	12	10
Тема 4. Организационная культура	8	4	4	4
Тема 5. Основы корпоративной этики	7	3	4	3
Тема 6. Профессиональная этика	8	2	1	1

Тема 7. Этика деятельности руководителя		2	3	2
Раздел 3. Этика деловых отношений	23	12	13	12
Тема 8. Этика и культура делового общения	3	2	3	-
Тема 9. Этические нормы деловой коммуникации	7	3	3	4
Тема 10. Этические аспекты различных форм деловой коммуникации	6	3	3	4
Тема 11. Этика конфликта в деловой среде	9	2	2	-
Тема 12. Служебный этикет		2	2	4
Консультации				4
Всего по дисциплине				
В т.ч. консультации (4 ч)	96	32	32	32

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена.

Основная литература

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — [URL: https://urait.ru/bcode/469660](https://urait.ru/bcode/469660) (дата обращения: 01.06.2021).
- 2 Этика и психология профессиональной деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. И. Рогов [и др.]; под общей редакцией Е. И. Рогова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 509 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11054-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — [URL: https://urait.ru/bcode/475688](https://urait.ru/bcode/475688) (дата обращения: 01.06.2021).