

## Аннотация дисциплины «Профессиональная этика и реклама»

Преподаватель Георгиева Анастасия Петровна

### Объем трудоемкости дисциплины «Профессиональная этика и реклама»

<b>Вид учебной работы</b>	<b>Объем часов</b>
<b>Максимальная учебная нагрузка (всего)</b>	96
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)</b>	64
в том числе:	
занятия лекционного типа	32
практические занятия	32
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	28
в том числе:	
самостоятельная внеаудиторная работа в виде домашних практических заданий, индивидуальных заданий, самостоятельного подбора и изучения дополнительного теоретического материала	28
<b>Консультации</b>	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 ком-ции	Содержание компетенци	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	- Навыки анализа рекламных роликов
	ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.		- находить рекламный материал по образцу	
	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	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	-Этические правила, регулирующие деловые отношения		
	ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	-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) (в том числе консультации)
	Всего	Теоретическое обучение	Практические и лабораторные занятия	
<b>Раздел 1.</b> Общие этические основы рекламной деятельности	<b>24</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>
Тема 1. Этическое регулирование рекламной деятельности	12	4	4	4
Тема 2. Этическая экспертиза рекламного продукта	12	4	4	4
<b>Раздел 2.</b> Этика профессиональной деятельности	<b>36</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
Тема 3. Организационная культура	12	4	4	4
Тема 4. Основы корпоративной этики	12	4	4	4
Тема 5. Этика конфликта в деловой среде	12	4	4	4
<b>Раздел 3.</b> Этика деловых отношений	<b>32</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>8</b>
Тема 6. Этика и культура делового общения	8	4	4	-
Тема 7. Этические нормы деловой коммуникации	6	2	2	2
Тема 8. Этические аспекты различных форм деловой коммуникации	12	4	4	4
Тема 9. Служебный этикет	6	2	2	2
<b>Консультации</b>				<b>4</b>
<b>Всего по дисциплине</b> <b>В т.ч. консультации (4 ч)</b>	<b>96</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>28</b>

Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена.

Основная литература:

1 Психология и этика делового общения : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко [и др.] ; под редакцией В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышовой. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 408 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01353-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510546> (дата обращения: 04.05.2023).

2 Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 161 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512058> (дата обращения: 04.05.2023).

3 Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для вузов / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03324-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511262> (дата обращения: 04.05.2023).