

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

_____ 20__ г.

Программа дисциплины

Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью Б1.В.ДВ.9

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Остроумов А.И.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. , Тайсина Эмилия Анваровна

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Остроумов А.И. Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций, Aleksandr.Ostroumov@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины (модуля) Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью являются: Формирование у студентов системных знаний и представлений о профессиональной этике в сфере рекламы и связей с общественностью. Выработать у студентов целостное понимание теоретических положений о природе и сущности этических принципов и норм в деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Способствовать усвоению основных положений этической теории и умению их использовать на практике. Помочь студентам в изучении теоретических положений курса с использованием логических, историко-хронологических, диалектических приемов и способов исследования.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел "Б1.В.ДВ.9 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью относится к числу предметов специализации и предполагает знание таких курсов как "Этика", "Теория и практика связей с общественностью".

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-6 (общекультурные компетенции)	стремлением к саморазвитию, повышению своей квалификации и мастерства (ОК- 6);
ОПК-1 (профессиональные компетенции)	готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала ОПК-1
ОПК-2 (профессиональные компетенции)	готовностью осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций социальной коммуникации и положений этических теории ж
ПК-6 (профессиональные компетенции)	обладает базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, владеет навыками литературного редактирования, копирайтинга (ПК-6);

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

знать общие закономерности взаимодействия бизнеса, ПР общества и национальные особенности их реализации, понимать цели, задачи и значение этики ПР;

2. должен уметь:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций;

уметь провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран;

3. должен владеть:

практическими навыками работы в решении этических вопросов в ПР - деятельности с учетом современных требований законодательства России и этических норм.разбираться в общечеловеческих этических принципах общения и профессиональной этики ПР;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций; уметь провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран; разбираться в общечеловеческих этических принципах общения и профессиональной этики ПР

выявлять варианты формирования эмпатии у партнеров деловых взаимоотношений;выделять, обобщать и структурировать полученную информацию для безусловного достижения поставленной цели;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций; уметь провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран; разбираться в общечеловеческих этических принципах общения и профессиональной этики ПР

выявлять варианты формирования эмпатии у партнеров деловых взаимоотношений;выделять, обобщать и структурировать полученную информацию для безусловного достижения поставленной цели;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций; уметь провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран; разбираться в общечеловеческих этических принципах общения и профессиональной этики ПР

выявлять варианты формирования эмпатии у партнеров деловых взаимоотношений;выделять, обобщать и структурировать полученную информацию для безусловного достижения поставленной цели;

4. должен демонстрировать способность и готовность:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций; уметь провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран; разбираться в общечеловеческих этических принципах общения и профессиональной этики ПР

выявлять варианты формирования эмпатии у партнеров деловых взаимоотношений;выделять, обобщать и структурировать полученную информацию для безусловного достижения поставленной цели;

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Этика как наука и этика ПР. Предмет Этики ПР - деятельности. Общая характеристика этических категорий.	7	1-2	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Профессиональная этика ПР специалиста. Моральные критерии ПР деятельности.	7	3-4	2	2	0	Устный опрос
3.	Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР ? специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	7	5-6	2	2	0	Устный опрос
4.	Тема 4. Профессиональные кодексы ПР ? деятельности: этический анализ.	7	7	2	2	0	Контрольная работа
5.	Тема 5. Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний	7	8	2	2	0	Устный опрос
6.	Тема 6. Этические стандарты деятельности ПР - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.	7	9	2	2	0	Устный опрос
7.	Тема 7. Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.	7	10	2	2	0	Устный опрос
8.	Тема 8. Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики.	7	11	2	2	0	Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практи- ческие занятия	Лабора- торные работы	
9.	Тема 9. Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.	7	12	2	2	0	Устный опрос
.	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Этика как наука и этика ПР. Предмет Этики ПР - деятельности. Общая характеристика этических категорий.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции. Этика как явление духовной культуры. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции. Этика как ?практическая философия?. Этика как явление духовной культуры. Понятия ?нравственность?, ?мораль?, их характеристики. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).

Тема 2. Профессиональная этика ПР специалиста. Моральные критерии ПР деятельности.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Мораль как особый регулятивный механизм, основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Моральные критерии ПР деятельности

практическое занятие (2 часа(ов)):

Мораль как особый регулятивный механизм, основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Моральные критерии ПР деятельности

Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР ? специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий ?профессиональный долг?, ?профессиональная ответственность?, ?профессиональная совесть?, ?профессиональное достоинство?, ?профессиональная честь?, ?профессиональная репутация?.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Профессиональная мораль как оценочно-императивный способ освоения специалистом целей и содержания своей профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий ?профессиональный долг?, ?профессиональная ответственность?, ?профессиональная совесть?, ?профессиональное достоинство?, ?профессиональная честь?, ?профессиональная репутация?.

Тема 4. Профессиональные кодексы ПР ? деятельности: этический анализ.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс рекламной деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов рекламной и ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Проблема кодификации норм профессионального поведения в сфере рекламы и ПР. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс рекламной деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов рекламной и ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями.

Тема 5. Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

практическое занятие (2 часа(ов)):

Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

Тема 6. Этические стандарты деятельности ПР - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Этикет как форма ритуального поведения. Основные принципы бизнес-этикета. Этикет встреч, представлений, прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа современного бизнесмена: ?яппи? или ?экспи?? Внешний вид делового мужчины и деловой женщины: запреты и предписания

практическое занятие (2 часа(ов)):

Этикет как форма ритуального поведения. Основные принципы бизнес-этикета. Этикет встреч, представлений, прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа современного бизнесмена: ?яппи? или ?экспи?? Внешний вид делового мужчины и деловой женщины: запреты и предписания

Тема 7. Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия. Деловые приемы, их организация и проведение. Смысл и назначение делового приема. Виды деловых приемов. Подготовка и проведение дневных деловых приемов. Подготовка и проведение вечерних деловых приемов. Правила рассадки. Способы сервировки стола. Виды обслуживания гостей. Поведение за столом: этикетные нормы и предписания.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Официальные мероприятия в профессиональной деятельности. Организация переговоров и презентаций. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Корпоративные мероприятия. Деловые приемы, их организация и проведение. Смысл и назначение делового приема. Виды деловых приемов. Подготовка и проведение дневных деловых приемов. Подготовка и проведение вечерних деловых приемов. Правила рассадки. Способы сервировки стола. Виды обслуживания гостей. Поведение за столом: этикетные нормы и предписания.

Тема 8. Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики. Влияние различных "цветных" ПР на практику и восприятие связей с общественностью. Российская традиция использования "Черного ПР"

практическое занятие (2 часа(ов)):

Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики. Влияние различных "цветных" ПР на практику и восприятие связей с общественностью. Российская традиция использования "Черного ПР"

Тема 9. Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел дисциплины	Се-местр	Неде-ля семе-стра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудо-емкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Этика как наука и этика ПР. Предмет Этики ПР - деятельности. Общая характеристика этических категорий.	7	1-2	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
2.	Тема 2. Профессиональная этика ПР специалиста. Моральные критерии ПР деятельности.	7	3-4	подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР ? специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	7	5-6	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
4.	Тема 4. Профессиональные кодексы ПР ? деятельности: этический анализ.	7	7	подготовка к контрольной работе	4	контрольная работа
5.	Тема 5. Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний	7	8	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
6.	Тема 6. Этические стандарты деятельности ПР - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.	7	9	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
7.	Тема 7. Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.	7	10	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
8.	Тема 8. Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики.	7	11	подготовка к устному опросу	4	устный опрос

№	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
9.	Тема 9. Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.	7	12	подготовка к устному опросу	4	устный опрос
	Итого				36	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Использование компьютерных образовательных технологий для презентации материала по курсу "Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью" в виде составления электронных материалов и проектов; подготовка докладов по курсу в виде презентаций и видеороликов; организация ролевых игр с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Этика как наука и этика ПР. Предмет Этики ПР - деятельности. Общая характеристика этических категорий.

устный опрос , примерные вопросы:

этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции. Этика как явление духовной культуры. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).

Тема 2. Профессиональная этика ПР специалиста. Моральные критерии ПР деятельности.

устный опрос , примерные вопросы:

Мораль как особый регулятивный механизм, основанный на доброй воле индивидов, их стремлении к согласованию своих действий с интересами общности. Функции морали. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального должностования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Моральные критерии ПР деятельности

Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР ? специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.

устный опрос , примерные вопросы:

Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Три группы представлений, образующих профессионально-нравственное сознание: категории, принципы, нормы. Смысл категорий ?профессиональный долг?, ?профессиональная ответственность?, ?профессиональная совесть?, ?профессиональное достоинство?, ?профессиональная честь?, ?профессиональная репутация?.

Тема 4. Профессиональные кодексы ПР ? деятельности: этический анализ.

контрольная работа , примерные вопросы:

Доминирующие в профессиональной морали специалистов по связям с общественностью принципы и нормы профессионального поведения. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения. Кодекс рекламной деятельности. Кодекс РАСО. Сравнительный анализ российских и зарубежных кодексов рекламной и ПР-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями.

Тема 5. Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

устный опрос , примерные вопросы:

Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

Тема 6. Этические стандарты деятельности ПР - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.

устный опрос , примерные вопросы:

Этикет как форма ритуального поведения. Основные принципы бизнес-этикета. Этикет встреч, представлений, прощаний. Этикет телефонных разговоров. Этикетные знаки, их смысл в профессиональной деятельности. Бизнес-подарок. Способы формирования персонального имиджа современного бизнесмена: ?яппи? или ?экспи?? Внешний вид делового мужчины и деловой женщины: запреты и предписания

Тема 7. Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.

устный опрос , примерные вопросы:

Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических ПР компаний

Тема 8. Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики.

устный опрос , примерные вопросы:

Коммуникации в практике ПР и их анализ с точки зрения этики. Влияние различных "цветных" ПР на практику и восприятие связей с общественностью. Российская традиция использования "Черного ПР"

Тема 9. Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.

устный опрос , примерные вопросы:

имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.

Итоговая форма контроля

экзамен (в 7 семестре)

Примерные вопросы к итоговой форме контроля

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе.
2. Корпоративная культура в развивающейся организации: российский и зарубежный опыт.
3. Кодекс корпоративной этики: технология разработки и внедрения.

4. Имидж России и привлекательность российских брендов.
5. Влияние национальных особенностей на характер взаимодействия деловых партнеров.
6. Психологические особенности вербального общения.
7. Практическое определение эталонов межличностного восприятия.
8. Эмпатия как фактор построения и развития межличностных отношений.
9. Человек как источник информации в межличностных отношениях.
10. Факторы, влияющие на процесс коммуникации
11. Достоинства и недостатки каналов коммуникации
12. Важность коммуникативных навыков наряду с профессиональными.
13. Принципы построения эффективной презентации / публичного выступления
14. Методы разрешения конфликтных ситуаций, примеры наиболее и наименее формальных методов.
15. Этическая составляющая во взаимодействии со службами занятости, кадровыми агентствами, фирмами по подбору персонала
16. Национальные и культурные факторы, влияющие на экономическое поведение и деловое общение
17. Характеристика особенностей делового общения в России. Факторы, повлиявшие на их формирование.
18. Нравственная культура общества и личности.
19. Высшие моральные ценности в системе нормативной этики.
20. Прикладная этика: сущность и структура.
21. Профессиональная этика: определение и ее особенности в ПР -деятельности.
22. Нормы в профессиональной этике и профессиональная мораль.
23. Особенности развития этики ПР - деятельности в России.
24. Морально-этические проблемы межличностного общения.
25. Этикет как внешнее проявление нравственной культуры ПР - специалиста.
26. Основные направления ПР - деятельности (сферы деятельности в организации и вне ее).
27. Этические нормы в работе ПР - специалиста со СМИ: актуальные вопросы. Материалы для прессы.
28. Специальные ПР - события и имидж организации.
29. Понятие имиджа организации. Имидж и репутация. Имидж как социальный стереотип.
30. Этические требования к специалистам ПР. Специальная подготовка специалистов.
31. Управление и организация ПР-службы. (Этические аспекты ПР - деятельности.
32. Роль этического знания в разработке профессиональных кодексов?
33. Отличие этики ПР - от корпоративной морали?
34. Этические теории, приемлемые для принятия моральных решений в современном обществе.
35. Ненавистнические речи, их связь с ограничением свободы слова
36. Знания, которыми должен обладать ПР - специалист
37. Этические нормы и принципы этики в ПР - деятельности.
38. Проблемы этики в политических ПР, рекламе и пропаганде.
39. Правила профессионального поведения специалиста по связям с общественностью в государственном и местном самоуправлении.
40. Право и этика связей с общественностью государственной власти и местного самоуправления.
41. Имидж власти и политического лидера.
42. Идея толерантности и плюрализма в современной этике.
43. Основные подходы к решению моральных проблем в этике ПР

44. Меры, используемые организациями для повышения этического уровня руководства и сотрудников.
45. Сущность проблемы манипулирования, критерии наличия манипулирования в отношениях между людьми.
46. Критерии качества работы ПР - специалиста с этической точки зрения.
47. Система моральных требований и структура профессиональной этики управления.
48. Профессиональная ответственность ПР специалиста - гарантия выполнения требований профессии.
49. Интегрированные бизнес - коммуникации: соотношение ПР, рекламы и маркетинга.
50. Планирование тактик в ПР- кампании, этические требования.
51. Конструирование имиджа в ПР - деятельности.
52. Этические принципы и нормы ПР - специалиста.
53. Прикладная этика: сущность и структура.
54. Ситуативная этика: этика публичных отношений.
55. Особенности развития этики ПР деятельности в России.
56. Корректность ведения телефонного разговора и деловой переписки
57. Официальная переписка. Особенности языка служебных документов.
58. Работа специалиста ПР со СМИ: актуальные вопросы.
59. Запрещение некоторых приемов рекламной деятельности: причины.
60. Различия делового этикета в разных странах / культурах.

7.1. Основная литература:

1. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс] : Учебник для студентов вузов / Г. В. Лазутина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2011. - 224 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706123.html>
2. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / Кошева И.П., Канке А.А. - М.:ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518222>
3. Корпоративное управление : учебник / А.Ю. Рыманов, И.Ю. Бочарова. ? 2-е изд., перераб. и доп. ? М. : ИНФРА-М, 2017. ? 395 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/881306>

7.2. Дополнительная литература:

Дополнительная литература:

1. Теория и практика массовой информации: Общество - СМИ - власть: Учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 'Связи с общественностью' / Киселев А.Г. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/883125>
2. Связи с общественностью как средства формирования ценностного коммуникативного пространства / Е.А. Осипова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 144 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=523516>
3. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.:Дашков и К, 2016. - 336 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/414955>

Современные медиа и политика

7.3. Интернет-ресурсы:

Профессиональная этика PR - press-service.ru/terms/202/

Российский кодекс профессиональных и этических норм - pr.web-3.ru/ethics/russianpr/

Страницы этики в PR и журналистике - i-business.ru/blogs/23811

Этика в PR - http://www.raso.ru/pro/pr_ethics

Этика профессионального специалиста PR - ob-svyazy.ru/public-relations-konsp...

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Примерный перечень научных проблем и направлений научных исследований:

- Корпоративный кодекс как инструмент управления корпоративными отношениями в компании
- Проблема интериоризации профессионально-нравственных ценностей в сфере рекламы и PR
- Особенности формирования профессионального самосознания специалистов в сфере рекламы и PR
- Этические проблемы в коммерческих коммуникациях
- Проблемы этики бизнеса в России
- Этические нормы создания рекламы.
- Этические проблемы политического PR
- СМИ и PR: моральные принципы взаимодействия
- Этическая сторона работы PR-консультанта

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере .

Автор(ы):

Остроумов А.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Морозова Г.В. _____

Тайсина Эмилия Анваровна _____

"__" _____ 201__ г.