

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью

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

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Иванова О.Г. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Olga.Ivanova@ksu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-2	способен применять знания основ законодательства в сфере рекламы, СМИ
УК-2	способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

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

Должен уметь:

применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций;
провести сравнительный анализ культур управления, этикета и нравов народов зарубежных стран;

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;

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 оставленной цели;

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.09.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

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

Контактная работа - 36 часа(ов), в том числе лекции - 18 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 36 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 36 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Этика как наука и этика ПР. Предмет Этики ПР - деятельности. Общая характеристика этических категорий.	7	2	2	0	4
2.	Тема 2. Профессиональная этика ПР специалиста. Моральные критерии ПР деятельности.	7	2	2	0	4
3.	Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР ? специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	7	2	2	0	4
4.	Тема 4. Профессиональные кодексы ПР ? деятельности: этический анализ.	7	2	2	0	4
5.	Тема 5. Этические стандарты деятельности ПР - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы	7	2	2	0	4
6.	Тема 6. Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.	7	2	2	0	4
7.	Тема 7. Имиджелогия как наука о закономерностях формирования, функционирования и управления имиджем и ее роль в профессиональном росте ПР ? специалиста.	7	2	2	0	4
8.	Тема 8. Нравственные критерии национальных культур и условия адаптации к ним ПР ? специалиста	7	2	2	0	4
9.	Тема 9. Взаимодействие социально-этического маркетинга с ПР. Направления ПР-активности в рамках социально-этического маркетинга.	7	2	2	0	4
Итого			18	18	0	36

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

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

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и функции. Этика как явление духовной культуры.

Поле морального выбора человека, изучение арсенала тех средств, с помощью которого он совершается, как предмет этики. Объективные общественно канонизированные условия совершения выбора(моральные нормы, личные ресурсы его совершения, эмоционально-волевые качества индивида) как арсеналы средств морального выбора. Двойное значение этического знания: с одной стороны, это та общественная реальность, которая подвергается наблюдению и изучению для формулирования положений самой теоретической этики. В таком ракурсе объектом этического знания являются реально существующие нравы, поведение людей.

С другой стороны, в качестве объекта воздействия этического знания выступает сам человек, его нравственное просвещение, развитие у него положительных нравственных качеств. Поведение людей, развивающееся на основе моральных мотивов, как объект изучения этики.

Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).

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

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 PR деятельности

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

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 PR ? деятельности: этический анализ.

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

PR-деятельности. Корпоративные кодексы, их роль в управлении корпоративными отношениями.

Тема 5. Этические стандарты деятельности PR - специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы

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 6. Этика бизнеса и PR в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.

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

Имиджелогия как сфера профессиональной деятельности. История развития имиджелогии Понятие, структура, функции имиджа. Личный и публичный имидж Инструментарий имиджелогии Корпоративный имидж. Основные составляющие имиджа организации Политическая имиджелогия: понятие, классификация политического имиджа. Проблема имиджа и технологий его реализации в имиджелогии. Приоритетное предназначение имиджелогии как науки о технологиях личного обаяния - оснастить людей различного возраста имидж знаниями и оказать помощь в овладении и умелом использовании их при выстраивании межличностных и деловых отношений.

Тема 8. Нравственные критерии национальных культур и условия адаптации к ним PR ? специалиста

Связь между PR и культурой как системой норм, традиций, ценностей, способов человеческого существования и деятельности. Деятельность PR как проявление определенной, зрелой и развитой культуры предпринимательства и менеджмента, проявление определенного стиля, имиджа фирмы, утверждаемых в ее деятельности ценностей и традиций, манеры поведения руководства и персонала, их взаимоотношений между собой и с обществом. Роль PR в ведении деятельности фирмы в широкий социальный контекст (социальную среду), осуществление "погружения" существования фирмы в культуру данного общества.

Тема 9. Взаимодействие социально-этического маркетинга с PR. Направления PR-активности в рамках социально-этического маркетинга.

Социально-этический маркетинг как важнейший инструмент реализации корпоративной социальной ответственности. Основные направления реализации и базовые инструменты социально-этического маркетинга. Связь маркетинга и PR: механизмы PR как двигатель процесса продвижения продукта на рынок, обеспечивающий успех фирмы, ее высокую репутацию в условиях жесткой конкуренции. Использование инструментов PR по учету интересов потребителей, их поведения. Обязанность PR-службы как генератора целей производства - изучение запросов потребителя., анализ покупательского поведения

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы.

Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. - . <http://znanium.com/go.php?id=371726>

Михненко Павел Александрович. Общий менеджмент. Москва ООО Синергия ПРЕСС, 2013. - <http://znanium.com/go.php?id=451358>

Орехов Сергей Адамович. Корпоративный менеджмент. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. - . <http://znanium.com/go.php?id=415590>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Информационная лекция - Она ориентирована на объяснение студентам научной информации. Это самый традиционный тип лекций в практике высшей школы. Лекция - это систематизация научных знаний на высоком уровне, что позволяет создавать большое количество ассоциативных связей в процессе осмысления информации по субъектам, изложенной в конкретном курсе. Как правило, в основе указанных теоретических положений даются научно-концептуальные и концептуальные основы всего курса или его больших разделов. Проблемная лекция - на проблемной лекции знания вводятся как "неизвестное", которое необходимо "открыть". Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. При этом выдвигаемая проблема требует не однотипного решения, готовой схемы которого нет. Данный тип лекции строится таким образом, что деятельность студента по ее усвоению приближается к поисковой, исследовательской. На подобных лекциях обязателен диалог преподавателя и студентов.
практические занятия	На практических занятиях: Работа в команде - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности. Case-study - анализ реальных проблемных ситуаций, имевших место в соответствующей области профессиональной деятельности, и поиск вариантов лучших решений. Игра - ролевая имитация студентами реальной профессиональной деятельности с выполнением функций специалистов на различных рабочих местах.
самостоятельная работа	Советы по планированию и организации времени, необходимого для самостоятельного изучения дисциплины. Рекомендуется следующим образом организовать время, необходимое для изучения дисциплины: Работа с литературой - 1 час в неделю Подготовка к семинарскому занятию - 3 часа. Подготовка к письменному домашнему заданию - 2 часа Подготовка к итоговому контролю - 6 часов Описание последовательности действий студента (сценарий изучения дисциплины). Для понимания материала и качественного его усвоения рекомендуется следующая последовательность действий: 1. В течение недели выбрать время для работы с литературой по рекомендуемому перечню. 2. При подготовке к практическим занятиям следующего дня необходимо сначала усвоить основные понятия и категории по теме домашнего задания. При выполнении задания нужно сначала понять, что требуется в результате её решения, какой теоретический материал нужно использовать, наметить план решения задачи. Если это не дало результатов, и Вы сделали задачу по образцу аудиторной задачи, или из методического пособия, нужно после решения такой задачи обдумать ход решения и попробовать решить аналогичную задачу самостоятельно.
экзамен	Цель экзамена - установление действительного знания студентов в соответствии с программой курса Основы социального государства, требованиям государственного стандарта и соответственно экзаменатора. Порядок проведения экзамена: 1. Получение вопросов к экзамену. 2. Подготовка вопросов к экзамену. 3. Получение билетов на экзамене. 4. Подготовка на экзамене. 5. Ответ. 6. Выставление и получение оценки.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Компьютерный класс.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

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

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.09.01 Профессиональная этика в рекламе и связях
с общественностью*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

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
Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Основная литература:

Горелов, А. А. Этика [Электронный ресурс] : Уч. пособ. / А. А. Горелов, Т. А. Горелова. - 4-е изд., стереотип. - М. : Флинта : МПСИ, 2011. - 416 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=406020>
Этика: Учебник / А.В. Разин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 416 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-16-011414-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/523268>
Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. <http://znanium.com/go.php?id=371726>
Михненко Павел Александрович. Общий менеджмент. Москва ООО Синергия ПРЕСС, 2013. <http://znanium.com/go.php?id=451358>

Орехов Сергей Адамович. Корпоративный менеджмент. Москва Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К', 2013. <http://znanium.com/go.php?id=415590>

Дополнительная литература:

Серова Н. В. Этика: Учеб. пособие / Н.В. Серова. - М.: РИОР, 2007. - 160 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=118540>
Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. - 228 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - <https://doi.org/10.12737/22311>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/766750>
Музыкант Валерий Леонидович. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. Москва Издательский Центр РИОР Москва ООО 'Научно-издательский центр ИНФРА-М', 2013. <http://znanium.com/go.php?id=350959>

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.09.01 Профессиональная этика в рекламе и связях
с общественностью*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

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

Год начала обучения по образовательной программе: 2018

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.