

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

_____ Турилова Е.А.
"___" _____ 20__ г.

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 различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

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:

- систему отечественного законодательства; основные положения международных документов и договоров, Конституции РФ, других основных нормативно-правовых документов;
- необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.

Должен уметь:

- оперативно находить нужную информацию в международных документах, нормативно-правовых актах, рекомендательных документах, грамотно её использовать; с позиций правовых норм анализировать конкретные ситуации, возникающие в повседневной практике; анализировать и оценивать законодательные инициативы; принимать адекватные решения при возникновении критических, спорных ситуаций
- анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.

Должен владеть:

- навыками применения правовых знаний в текущей профессиональной деятельности
- методиками разработки цели и задач проекта;
- методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.01.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Реклама и связи с общественностью в различных сферах)" и относится к дисциплинам по выбору части ОПОП ВО, формируемой участниками образовательных отношений.

Осваивается на 2 курсе в 3 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 - 34 часа(ов), в том числе лекции - 18 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 74 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 3 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	Се-местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само-стоя-тель-ная ра-бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи-ческие занятия, всего	Практи-ческие в эл. форме	Лабора-торные работы, всего	Лабора-торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Этика как наука. Предмет и основные проблемы этики.	3	4	0	4	0	0	0	14
2.	Тема 2. Профессиональная этика, ее особенности. Предмет этики PR - деятельности. Специфика этики PR	3	4	0	4	0	0	0	14
3.	Тема 3. Этические основания рекламной и PR деятельности. Профессиональные кодексы рекламной и PR - деятельности	3	2	0	2	0	0	0	10
4.	Тема 4. Этика PR деятельности в различных сферах	3	4	0	2	0	0	0	14
5.	Тема 5. Личность PR специалиста и специалиста по рекламе: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	3	2	0	2	0	0	0	12
6.	Тема 6. Этика делового общения в поликультурной среде	3	2	0	2	0	0	0	10
	Итого		18	0	16	0	0	0	74

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Этика как наука. Предмет и основные проблемы этики.

Общее представление об этике как теории морали. Зарождение этики как области знания. "Никомахова этика" Аристотеля (IV в до н.э.) как первый трактат по этике, в котором даются определения основных понятий этики. Мораль как самостоятельная сфера духовно-практического освоения действительности. В предмет этики входят: Природа нравственности и нравственной деятельности; сущность морали как особого социального явления и формы общественного сознания, закономерности ее изменения; роль нравственности и морали в жизни общества; социальные механизмы формирования и трансформации моральных ценностей, моральных отношений, морального сознания, моральной ответственности; нравственная культура поведения людей как основные проблемы этики. Соотношение понятий "этика", "мораль", "нравственность". "Добро" и "зло", "совесть", "долг", "справедливость", "ответственность" в ряду категорий этики.

Зарождение морали. Три подхода к вопросу о происхождении и развитии морали: религиозный, возводящий мораль к божественному началу, натуралистический, выводящий мораль из законов природы, в частности, биологической эволюции, и социальный, рассматривающий мораль в качестве одного из социальных, социокультурных механизмов, обеспечивающих стабильность общества. Моральное (нравственное) измерение личности и моральное измерение общества. Функции морали: регулятивная, воспитательная (педагогическая), аксиологическая (оценочная), гносеологическая (познавательная).

Тема 2. Профессиональная этика, ее особенности. Предмет этики PR - деятельности. Специфика этики PR

Профессиональная этика: причины появления и история. Социальная ответственность представителей той или иной профессии как важнейшая причина появления и развития профессиональных этик. Выработка, систематизация и кодификация правил и требований в той или иной профессиональной сфере как главная задача профессиональной этики. Осуществление самокритики профессии, ее постоянное соотнесение с ценностями общества как одна из задач профессиональной этики. Профессиональная этика (ПЭ) как определенный свод морально-этических стандартов поведения, характеризующих специфику той или иной деятельности.

Профессиональная этика как наука о морали как совокупности идеалов, ценностей, этических принципов и норм поведения, отражающих сущности профессии и регулирующих отношения между людьми в процессе профессиональной деятельности, и как нравственное самосознание профессиональной группы. Три трактовки понятия "профессиональная этика": как понятия, тождественного понятию "профессиональные кодексы морали"; как более специализированной интеллектуальной деятельности по их обоснованию; как специальной деятельности по поводу норм профессиональной морали.

Важнейшие проблемы профессиональной этики: проблема соотношения профессионализма и нравственности, соответствия ценностей профессии и интересов общества, т.е. проблема социальной ответственности и профессионального долга; проблема конкретизации универсальных моральных норм применительно к условиям профессиональной деятельности.

Предмет профессиональной этики: профессиональные качества специалиста; взаимоотношения специалиста и людей, с которыми он взаимодействует; отношения коллектива и общества; отношения внутри коллектива; цели и способы обучения специалистов. Этика PR - деятельности как одно из направлений профессиональной этики. Она исследует моральные основы взаимоотношений между личностью, организацией и обществом и формулирует нравственные принципы и нормы этих взаимоотношений. Антропологический характер PR-этики. Наиболее важные проблемы этики PR - взаимоотношение между профессиональной, корпоративной и универсальной этикой; вопрос социальной ответственности в приложении общих этических принципов к конкретным ситуациям принятия решений.

Тема 3. Этические основания рекламной и PR деятельности. Профессиональные кодексы рекламной и PR - деятельности

PR - деятельность как сфера, в которой этическая составляющая является одной из важнейших. Необходимость нормативного регулирования профессиональной деятельности PR именно на этических основаниях, поскольку правовые часто не достигают этой цели, особенно внутри самого профессионального сообщества РЯ. Ситуация выбора между интересами дела и нормами морали как главный этический конфликт профессиональной сферы.

Нравственные принципы PR - деятельности:

- принцип социальной ответственности как базовый принцип PR (служение обществу, а не обслуживание частных интересов);
- принцип создания наибольшего блага как для клиента, так и для общества в целом;
- принцип доверия (профессионал облечен доверием клиента, поэтому обязан действовать строго в его интересах);
- принцип ответственного выполнения профессиональных обязанностей, предполагающий, в том числе, выполнение определенных моральных обязательств.

Модели PR- деятельности (Дж.Груниг, Т.Хант), их морально-этический аспект.

Этические аспекты рекламной деятельности. Важность соблюдения этических норм в рекламной деятельности.

Причины несоблюдения этических норм рекламной деятельности.

Кодексы как опыт самоопределения сообщества и как часть его пиара. PR - кодексы как основной элемент этики PR. Кодексы рекламной деятельности. Роль этического знания в процессе разработки кодексов профессиональной этики. Международные документы о защите прав человека как нравственно-правовые основания кодексов PR-деятельности. Профессиональные кодексы PR-специалистов: этическая экспертиза. Сходства и различия принципов и правил кодексов PRSA, Афинского кодекса, Кодекса Международных бизнес коммуникаторов, Кодекса CERP, опыт PR деятельности в России. PACO и российский кодекс специалистов по связям с общественностью.

Тема 4. Этика PR деятельности в различных сферах

Возникновение и формирование этики деловых отношений. Значение представления об этике бизнеса у специалиста по рекламе и связям с общественностью Этика бизнеса как важнейшая часть этики деловых отношений, предмет которой - изучение соответствия моральных норм деятельности и целям деловой организации. Применения этических принципов в деловых ситуациях. Возрастающее значение проблемы социальной ответственности бизнеса в постиндустриальную эпоху развития общества. Недопустимость создания общественных организаций для влияния на общественное мнение за счет финансирования со стороны бизнес групп, заинтересованных в определенном решении. Концепция социальной ответственности бизнеса: основные подходы. Ответственность бизнес-корпорации, ответственность члена корпорации, личная моральная ответственность индивида.

Состояние этики бизнеса в современной России. Необходимость нравственных ограничений в рекламной деятельности. Запрещение рекламы, скрыто или явно возбуждающей агрессивность, нетерпимость к другим людям. Запрет использования средств рекламы, воздействующих на подсознание человека, лишаящих его возможности рационального выбора. Этические ограничения рекламы в международных кодексах рекламной деятельности и законодательстве РФ.

Различия в целях деятельности журналиста и специалиста по связям с общественностью. Принципы журналистской этики и этика PR: аспекты взаимодействия.

Этические аспекты рекламной и пиар коммуникации в виртуальном и сетевом пространстве.

Политика и мораль. Необходимость присутствия в политике нравственной компоненты. Политическая этика как один из видов прикладной этики. Важность этических регуляторов, четкого формулирования стандартов поведения людей, занятых в политике. Проблемы политической этики в России.

Тема 5. Личность PR специалиста и специалиста по рекламе: критерии профессионального и нравственного совершенствования.

Требования к образованию специалиста по рекламе и связям с общественностью как условие обеспечения высокой степени моральной ответственности за результаты его труда. Стандарты публичного поведения профессионала. Обязанность PR-специалиста руководствоваться законами, выполнять требования и нормативные положения своих организаций, выполнять нравственно-этические требования. Членство в той или иной национальной или международной ассоциации как обязательное условие вхождения в профессиональную группу с точки зрения международных стандартов.

Профессионализм PR-мена как система, состоящая из двух взаимосвязанных подсистем - профессионализма личности и профессионализма деятельности. Профессионализм деятельности - качественная характеристика специалиста по связям с общественностью и рекламе, отражающая высокую профессиональную квалификацию и компетентность. Профессионализм личности - качественная характеристика специалиста по связям с общественностью, отражающая высокий уровень развития профессионально важных и личностно-деловых инвариантов профессионализма.

Личностно-профессиональное развитие как процесс формирования личности, ориентированный на высокие профессиональные достижения, овладение профессионализмом и осуществляемый в саморазвитии личности, профессиональной деятельности и профессиональных взаимодействиях.

Необходимые деловые и личностные качества PR-специалиста: социальная ответственность, лояльность по отношению к фирме и преданность делу; постоянное расширение своего кругозора и профессиональной компетенции; общительность; стрессоустойчивость; презентационные навыки; навыки общения со СМИ; знание особенностей отрасли, в которой специалист осуществляет свою деятельность и т.д.

Тема 6. Этика делового общения в поликультурной среде

Усиление международных контактов, интенсификация межкультурного общения в условиях глобализации. Взаимопроникновение культур и самозащита. Роль этики, в которой закреплены универсальные общечеловеческие ценности, как механизма гармонизации межкультурного взаимодействия.

Межкультурная коммуникация как процесс общения в поликультурном пространстве и как академическая дисциплина, изучающая различные особенности процесса общения в поликультурном пространстве.

Необходимость учета существующих систем ценностей, религиозных традиций, стилей принятия решений, национальных культурных стереотипов в процессе делового общения в поликультурной среде.

Задачи PR специалистов по сглаживанию межнациональных и международных конфликтов.

Этикет, его сущность и значение. Деловой этикет. Принципы делового этикета. Различные ситуации деловых отношений и правила делового этикета. Особенности делового этикета в различных культурах.

Принципы и правила он-лайн этикета.

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 науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/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)

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

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

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

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.

Вид работ	Методические рекомендации
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	<p>Советы по планированию и организации времени, необходимого для самостоятельного изучения дисциплины.</p> <p>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.</p>
зачет	<p>Цель зачета - установление действительного знания студентов в соответствии с программой курса Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью, требованиям государственного стандарта и соответственно экзаминатора.</p> <p>Порядок проведения зачета: 1. Получение вопросов к зачету 2. Подготовка вопросов к зачету. 3. Получение билетов на зачете. 4. Подготовка на зачете. 5. Ответ. 6. Выставление и получение оценки.</p>

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.

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 различных сферах".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.01 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 различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

Основная литература:

1. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся вузов, обучающихся по специальностям 032401 'Реклама', 080301 'Коммерция (торговое дело)', 080111 'Маркетинг' / Ю. С. Вернадская [и др.] ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 351 с. - (Серия 'Азбука рекламы'). - ISBN 978-5-238-01252-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028739> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Беспалова, Ю. М. Деловая этика, профессиональная культура и этикет: учебник / Ю. М. Беспалова. - 3-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2021. - 386 с. - ISBN 978-5-9765-2778-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1280453> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
3. Плотникова, А.Л. Профессиональная этика: учебное пособие / Плотникова А.Л., Родионова О.Г., Вотинов А.А. - Самара: Самарский юридический институт ФСИН России, 2016. - 120 с.: ISBN 978-5-91612-137-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/944074> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
4. Лебедева, Л.В. Психология рекламы : учебное пособие для вузов / Л.В. Лебедева. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2019. - 129 с. - ISBN 978-5-9765-1642-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1034963> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Профессиональная этика и служебный этикет : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 'Юриспруденция', по специальности 'Правоохранительная деятельность' / В. Я. Кикоть, В. Ю. Бельский, А. Л. Золкин [и др.] ; под ред. В. Я. Кикотя. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА : Закон и право, 2021. - 527 с. - ISBN 978-5-238-01984-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2122444> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
2. Кошечкина, И. П. Профессиональная этика и психология делового общения : учебное пособие / И.П. Кошечкина, А.А. Канке. - Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. - 304 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0739-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082174> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.
3. Цепляева, С. А. Профессиональная этика и этикет: учебно-методическое пособие / Цепляева С.А. - Волгоград: Волгоградский государственный аграрный университет, 2018. - 112 с.: ISBN. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007891> (дата обращения: 12.01.2024). - Режим доступа: по подписке.

Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.В.ДВ.01.01 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 различных сферах

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2024

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.