

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.05.2024 13:44:36  
Уникальный программный ключ:  
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b177b88dd38f9301d8c2340974f9

## АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Этическое регулирование связей с общественностью

для направления подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»

Уровень бакалавриата

Квалификация выпускника

Бакалавр

### **1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.**

Цель учебной дисциплины является освоение знаний основных принципов этического регулирования социальных коммуникаций.

Задачи учебной дисциплины:

- знакомство с понятиями этики, морали и нравственности, а также понятиями деловой этики и профессиональной этики;
- анализ норм общечеловеческой морали и норм профессиональной этики и их сопоставление;
- изучение текстов Кодексов профессионального поведения, действующих в сфере PR.

### **1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.**

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

### **1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.**

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-5.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

#### 1.4. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

##### *Очная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	32	32
Практические занятия	32	32
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>184</b>	<b>184</b>
В том числе:		
Самоподготовка	144	144
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)</b>	<b>4</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>7/252</b>	<b>252</b>

### *Очно-заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	16	16
Практические занятия	30	30
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>202</b>	<b>202</b>
В том числе:		
Самоподготовка	162	162
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)</b>	<b>4</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>7/252</b>	<b>252</b>

### *Заочная форма обучения*

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		4
<b>Аудиторные учебные занятия, всего</b>	<b>18</b>	<b>18</b>
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия	12	12
<b>Самостоятельная работа обучающихся, всего</b>	<b>230</b>	<b>230</b>
В том числе:		
Самоподготовка	190	190
Доклады/рефераты	20	20
Тестирование	20	20
<b>Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)</b>	<b>4</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч</b>	<b>7/252</b>	<b>252</b>

### **1.5. Содержание учебной дисциплины**

№ п/п	Модуль, раздел (тема)
1	Тема 1 Предмет этики и ее основные понятия
2	Тема 2. Этическая норма и норма права: сходства и различия
3	Тема 3. Особенности профессиональной этики. Этические кодексы.
4	Тема 4. Теоретически основы PRэтики
5	Тема 5 Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA). Кодекс профессионального поведения Британского института PR
6	Тема 6 Афинский кодекс. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR
7	Тема 7 Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области

	связей с общественностью.
8	Тема 8 Международный кодекс рекламной деятельности
9	Тема 9 Проблема этической оценки профессиональных ситуаций