

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

«31» августа 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Уровень основной профессиональной образовательной программы:
бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: заочная

Сроки освоения ОПОП: нормативный – 4,5 года

Факультет истории и международных отношений

Кафедра рекламы и социокультурных коммуникаций

Рязань 2020

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» являются формирование комплекса универсальных компетенций, а также выявление роли и значения этического регулирования в повышении эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1. Учебная дисциплина «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к Обязательной части Блока 1, Модуль общепрофессиональной подготовки.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины

Психология

Теория и практика медиакоммуникаций

История рекламы и PR

Межкультурные коммуникации в рекламе и PR

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Мировой рекламный опыт

Технологии социального брендинга

Производственная практика

Защита выпускной квалификационной работы

2.4. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «**Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы**», соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы

Изучение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся универсальных (УК) компетенций

№ п/п	Код и содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:		
			Знать	Уметь	Владеть (навыками)
1	2	3	4	5	6
1.	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	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, предлагает способы их решения и ожидаемые результаты в рамках проектной деятельности.	Правовые и этические нормы, влияющие на определение целей и задач, способов их решения в профессиональной деятельности	Формулировать круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения и получения ожидаемых результатов	Организации эффективной проектной деятельности
		УК-2.2. Анализирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.	Зону профессиональной этической ответственности и ограничения действующих норм проектной деятельности	Анализировать имеющиеся ресурсы и этические ограничения и рационально их использовать	Соотнесения этических норм с реализацией поставленных профессиональных задач.
		УК-2.3. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.	Структуру и возможности построения и контроля результатов профессиональной деятельности	Контролировать процесс реализации поставленных задач в зоне своей профессионально-этической ответственности	Этически-корректного построения, контроля и коррекции плана профессиональной деятельности в сфере ПР и рекламы.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. ОБЪЕМ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов	курс			
		№ 2	№3	№4	№5
		часов	часов	часов	часов
1	2	3	4	5	6
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	24	-	-		24
В том числе:		-	-		
Лекции (Л)	10	-	-		10
Практические занятия (ПЗ), семинары (С)	14	-	-		14
Лабораторные работы (ЛР)		-	-		
2. Самостоятельная работа студента (всего)	80	-	-		80
В том числе		-	-		
СРС в семестре	80				80
Курсовой проект (работа)	К	-			
	П				
	КР				
СРС в период сессии	4				4
Вид промежуточной аттестации	зачет (З),	3		3	
	зачет с оценкой (ЗО)		-	-	-
	экзамен (Э)		-		-
ИТОГО: общая трудоемкость	часов	108	-	-	108
	зач. ед.	3	-	-	3

Дисциплина частично реализуется с применением дистанционных образовательных технологий: вебинарная платформа Zoom; система электронного обучения Moodle.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ курса	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Содержание раздела в дидактических единицах
5	1	Раздел I. Теория этического регулирования связей с общественностью и рекламы	<p>Объект и предмет философской этики. Мораль, нравственность, этика – содержание понятий. Категории морали.: Специфика профессиональной морали и профессиональной этики Контент современных медиа и способы его регулирования. Понятие этического регулирования ПР и рекламы. Российская традиция этического регулирования Основные тенденции этического регулирования.</p> <p>Медиаэтика: понимание, тезаурус, варианты интерпретации Место медиаэтики в ряду информационной, компьютерной, цифровой, сетевой, киберэтики.. Вызовы нового времени и возможный ответ этоса на них. Возможные направления развития этического регулирования ПР и рекламы</p>
5	2	Раздел II. Практика этического регулирования связей с общественностью и рекламы	<p>Виды кодексов профессиональных групп: международные, национальные, корпоративные, редакционные.</p> <p>Этические проблемы взаимодействия специалиста с информацией: проблемы сбора информации. проблема доступа к информации, этические проблемы взаимодействия с информантами. Этические проблемы обработки и монтажа информации. Этические проблемы распространения информации: между «можно» и «нельзя».</p> <p>Структура этических взаимоотношений специалиста с окружающими социальными субъектами и ЦА. Опыт этического саморегулирования</p> <p>Общефилософские и психологические проблемы поведения в сети, порожденные средой новых медиа. Проблемы этического измерения коммуникаций в новых медиа. Этические кодексы социально неодобряемых представителей медиaprостранства (хакеров, троллей и т.д.)</p>

2.2 Лабораторный практикум не предусмотрен. Курсовые работы не предусмотрены

3. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТА

Самостоятельная работа осуществляется в объеме 80

Видами СРС являются:

- выполнение заданий при подготовке к практическим занятиям;
- работа с нормативно-правовыми актами;
- выполнение индивидуальных домашних заданий

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

(См. Фонд оценочных средств)

4.1. Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

Рейтинговая система оценки знаний обучающихся по дисциплине не применяется.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	Бутакова, А.Д. Фирменный стиль и его роль в успешном продвижении бренда. Анализ визуальной составляющей рекламных коммуникаций [Электронный ресурс]/ А.Д. Бутакова. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 101 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142857 (Дата обращения 14.05.2020).
2.	ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРАВО. Учебник для бакалавриата, специалитета и магистратуры.- / Под ред. Федотова М.А - М.:Издательство Юрайт,2019-497-Бакалавр. Специалист. Магистр-978-5-534-10593-3: -Текст электронный // ЭБС Юрайт - https://biblio-online.ru/book/informacionnoe-pravo-430915 (Дата обращения 14.05.2020).
3.	Интеллектуальная собственность в современном мире. Монография - /Под ред. Близнаца И.А. - Текст электронный // ЭБС Проспект - URL: Под ред. Близнаца И.А. http://ebs.prospekt.org/book/33677 (дата обращения 14.06.2020).

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор(ы), наименование, место издания и издательство, год
1.	.Право интеллектуальной собственности. 2-е издание. Учебник - /Под ред. Близнаца И.А. - URL: http://ebs.prospekt.org/book/31094 (Дата обращения 14.05.2020).
2.	Годин, А.М. Брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.М. Годин. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 184 с. : ил. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899 (Дата обращения 14.05.2020)
3.	Баранов, Д. Е. PR: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник / Д. Е. Баранов, Е. В. Демко, М. А. Лукашенко и др.; под ред. М. А. Лукашенко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Синергия, 2013. - 352 с..
4.	Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.С. Ломова ; ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 237 с. : табл. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801 (Дата обращения 14.05.2020).
5.	МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд[Электронный ресурс] : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 559 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697 (Дата обращения 14.05.2020).
6.	Муромцева, А.В. Искусство презентации: основные правила и практические рекомендации / [Электронный ресурс] А.В. Муромцева. - Москва : Издательство «Флинта», 2017. - 110 с. : ил- URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=363614 (Дата обращения 14.05.2020).
7.	Близнац И.А., Леонтьев К.Б.Авторское право и смежные права. 2-е издание. Учебник. - - Текст электронный // ЭБС Проспект - URL: Близнац И.А., Леонтьев К.Б. http://ebs.prospekt.org/book/29142 (Дата обращения 14.05.2020).

8.	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н.Д. Эришвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев и др. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 240 с. - [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651 (Дата обращения 14.05.2020).
9.	Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для академического бакалавриата / А. Н. Чумиков. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 173 с. - URL: Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/849E155B-35CD-4022-8918-586BED44193/svyazi-s-obschestvennostyu-praktikum (Дата обращения 14.05.2020).
0. 1	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг[Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - URL: Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (Дата обращения 14.05.2020).

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Бесплатная электронная библиотека – URL: readall.ru (дата обращения 15.10.2019)
2. Библиотеки в Интернете – URL: <http://www.gpntb.ru/win/window/> (дата обращения 15.08.2020)
3. Портал электронной библиотеки – URL: <http://www.ihtik.lib.ru/> (дата обращения 15.08.2020)
4. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU. – URL: - <http://sovetnik.ru/> (дата обращения 15.08.2020)
5. Университетская библиотека online – URL: <http://www.biblioclub.ru/http://library.rsu.edu.ru/> (дата обращения 15.08.2020)
6. Электронные каталоги. Поиск книг в российских библиотеках – URL: <http://book.uraic.ru/internet/guide/books.htm> (дата обращения 15.08.2020)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины

1. Федеральный фонд учебных курсов по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам- URL -<http://humanities.edu.ru/> (дата обращения 15.08.2020)
2. Каталог образовательных интернет-ресурсов – URL - <http://catalog.vlgmuk.ru/index.pl> (дата обращения 15.08.2020)
3. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).
4. Киберленинка [Электронный ресурс]: научная электронная библиотека. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2019).
5. СПС «Консультант-плюс» [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).
6. РАСО Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.raso.ru/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).
7. Сайт по рекламе – URL: <http://www.adme.ru>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).
8. Советник Популярный сайт о PR. [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.sovetnik.ru/, свободный (дата обращения: 15.03.2020).

5.5. Периодические издания

1. Журнал Реклама. Теория и практика - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://grebennikon.ru/journal-8.html#volume2019-4/>, свободный (дата обращения: 15.03.2020).
2. Журнал PR в России - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.prjournal.ru/> свободный (дата обращения: 15.03.2020).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук. Требования к специализированному оборудованию отсутствуют.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: <i>имидж, репутация, общественное мнение, образ</i> и др.
Практические занятия	Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Контрольная работа/Индивидуальное задание	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Доклад-презентация	Исследование, интерпретация и демонстрация материала по выбранной проблематике с последующим анализом, дискуссией, оппонированием, и оценкой.
Собеседование	Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам и др.
Подготовка к зачету	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

8. ТРЕБОВАНИЯ К ПРОГРАММНОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Стандартный набор ПО (в компьютерных классах):

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	Договор №65/2019 от 02.10.2019
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	Договор № 14-ЗК-2020 от 06.07.2020г.
Офисное приложение Libre Office	Свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	Свободно распространяемое ПО
Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	Свободно распространяемое ПО
PDF ридер Foxit Reader	Свободно распространяемое ПО
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	Свободно распространяемое ПО
Запись дисков Image Burn	Свободно распространяемое ПО
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	Свободно распространяемое ПО

При реализации дисциплины с применением (частичным применением) дистанционных образовательных технологий используются:
вебинарная платформа Zoom (договор б/н от 10.10.2020г.);
набор веб-сервисов MS office365 (бесплатное ПО для учебных заведений <https://www.microsoft.com/ru-ru/education/products/office>);
система электронного обучения Moodle (свободно распространяемое ПО).

9. ИНЫЕ СВЕДЕНИЯ

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»

Утверждаю:
Декан факультета истории и
международных отношений



О.И. Амурская

«31» августа 2020 г.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация
бакалавр

Форма обучения
заочная

Рязань 2020

1. Цель освоения дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является формирование комплекса универсальных компетенций, а также выявление роли и значения этического регулирования в повышении эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, подготовка бакалавров по рекламе и связям с общественностью, компетентных, конкурентноспособных, эффективно использующих и непрерывно совершенствующих, полученные навыки и знания, с учетом потребностей и перспектив развития бизнеса, организации и проведения рекламных и PR-кампаний и контроль их эффективности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к Обязательной части Блока 1.

Дисциплина изучается на 5 курсе (9 семестр).

3. Трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы и индикаторами достижения компетенций:

УК-2.1. Знать: правовые и этические нормы, влияющие на определение целей и задач, способов их решения в профессиональной деятельности. *Уметь:* формулировать круг задач в рамках поставленной цели, выбирать оптимальные способы их решения и получения ожидаемых результатов. *Владеть навыками:* организации эффективной проектной деятельности.

УК-2.2. Знать: зону профессиональной этической ответственности и ограничения действующих норм проектной деятельности. *Уметь:* анализировать имеющиеся ресурсы и этические ограничения и рационально их использовать. *Владеть навыками:* соотнесения этических норм с реализацией поставленных профессиональных задач.

УК-2.3. Знать: структуру и возможности построения и контроля результатов профессиональной деятельности. *Уметь:* контролировать процесс реализации поставленных задач в зоне своей профессионально-этической ответственности. *Владеть навыками:* этически-корректного построения, контроля и коррекции плана профессиональной деятельности в сфере PR и рекламы.

5. Форма промежуточной аттестации и семестр (ы) прохождения

Зачет (9 семестр).

Дисциплина реализуется частично с применением дистанционных образовательных технологий.