

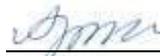


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДФУ)  
**ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

СОГЛАСОВАНО  
Руководитель ОП «Реклама и связи с общественностью»

  
Т.Д. Лыкова  
(подпись) (ФИО)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор Департамента коммуникаций и медиа

  
Н.А. Аргылов  
(подпись) (ФИО.)

«10» января 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
Этическое регулирование деятельности в отрасли  
**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**  
Профиль Реклама и связи с общественностью  
**Форма подготовки очная**

курс 4 семестр 8  
лекции 18 час.  
практические занятия 18 час.  
лабораторные работы 00 час.  
в том числе с использованием МАО лек. 0 /пр. 0 /лаб. 0 час.  
всего часов аудиторной нагрузки 36 час.  
в том числе с использованием МАО 00 час.  
самостоятельная работа 72 час.  
в том числе на подготовку к экзамену 00 час.  
контрольные работы (количество) не предусмотрены  
курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены  
зачет 8 семестр  
экзамен не предусмотрен

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А.   
Составители: старший преподаватель ДКМ Григорьева Л.Ю.

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «13» сентября 2021 г. № 1

Директор Департамента \_\_\_\_\_ *Аргылов* \_\_\_\_\_ Аргылов Н.А.  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

1. Цели и задачи освоения дисциплины Б1.В.04 «Этическое регулирование деятельности в отрасли»:

Цель: 1) сформировать представление о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности рекламы и связи с общественностью; 2) усвоение теоретико-прикладных знаний и практического анализа реальных нравственных ситуаций, профессиональных конфликтов.

Задачи:

- сформировать способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
- сформировать профессиональные компетенции в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Гражданская позиция	УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	<p>УК-10.1 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции</p> <p>УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p>	<p>Знает правила общественного взаимодействия, базовые принципы развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p> <p>Умеет определять круг базовых принципов взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p> <p>Владеет и соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции. Владеет навыками планирования и реализации социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p>

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: _ <u>организационный</u>				
Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другим и медиа, адресованный различным целевым группам/группам общественности	ПК-1 Способен участвовать в реализации и коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий ПК-1.2. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч. внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: <b>авторский</b>				
<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общест</p>	<p>ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-4.1. Знает основ коммуникационной логики и этики в устно и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста  ПК-4.2. Умеет коммуницировать устной и письменной формами на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	

# **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА (18 час., в том числе 0 час. в интерактивной форме)**

## **Раздел I. Методологические аспекты дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли» (8 час.)**

**Тема 1. Этика как наука и этика рекламы и PR.** Нравственные основания рекламной и PR деятельности. Общее представление об этике как теории морали и специфики этики PR. Принцип публичности. Особенности профессиональной этики, место PR в системе профессиональной морали.

**Тема 2.** Особенности искусственной разработки этических норм. Роль этического знания в процессе разработки кодексов профессиональной этики. Институционализация, объединение морали и права как одна из тенденций современного общественного развития.

**Тема 3. Модели PR и принципы этического выбора PR.** Четыре модели PR деятельности по Дж. Грунингу: модель пресс-агентов, общественной информации, двусторонняя асимметричная, двусторонняя симметричная. Шесть теоретических моделей, шесть способов аргументации в современной этике: ситуативная этика; этика ответственности; современный утилитаризм; теория справедливости Дж. Ролза; этика дискурса; нарративная теория Макинтаира.

**Тема 4. PR в политике и моральные критерии PR деятельности.** Первая поправка Конституции США и моральные и правовые аспекты PR деятельности. Нравственные ограничения свободы слова.

## **Раздел II. Прикладные аспекты дисциплины (10 часов).**

**Тема 5. Этика рекламы и PR в коммерческой деятельности.** Приоритеты, абсолютные и относительные требования. Недопустимость сокрытия принципиально важной для общественности информации. Значение утверждения общих международных правил этики бизнеса и PR деятельности. **Нравственные ограничения рекламы.** Необходимость нравственных ограничений в рекламной деятельности.

**Тема 6. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности PR специалиста.** Влияние крупных корпораций на средства

массовой информации, допустимые пределы и нравственные критерии. Средства массовой информации на службе правительства. Журналистская этика и этика PR : аспекты взаимодействия.

**Тема 7. Глобализация коммуникаций и нравственные особенности разных культур.** Деятельность международных консалтинговых фирм и требования к работающим в них специалистам. Нейтралистский и перфекционистский либерализм как две парадигмы в нравственном мышлении.

**Тема 8.** Задачи PR специалистов по сглаживанию межнациональных и международных конфликтов. Проблема гуманизма в международном масштабе и основание необходимости гуманистического мышления.

**Тема 9. Общая направленность организационной PR деятельности.** Национальные и международные организации PR специалистов. Общие основания и принципы кодификации. Международные документы о защите прав человека как базовые основания для процесса кодификации. **Сравнение разных кодексов PR деятельности.** Сравнение принципов и общей направленности кодексов PRSA, Афинского кодекса, Кодекса Международных бизнес коммуникаторов Кодекса CERP, опыт PR деятельности в России. PACO и российский кодекс CO.

Анализ отдельных случаев применения кодексов.

**Сравнение разных кодексов рекламной деятельности. Личность специалиста рекламы и связи с общественностью: критерии профессионального и нравственного совершенства.** Требования к образованию PR специалиста как условие обеспечения высокой степени моральной ответственности за результаты его труда. Непрерывность образования. Различие критериев достоинства личности в этике долга и этике добродетелей. Включенность стандартов профессиональной квалификации в критерии нравственного совершенства в этике добродетелей.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Практические работы (18 час., в том числе 00 час. в интерактивной форме)**

**Практическое занятие № 1 по теме 1 «Этика как наука и этика рекламы и PR».** Нравственные основания рекламной и PR деятельности. Общее представление об этике как теории морали и специфики этики PR . Принцип публичности. Особенности профессиональной этики, место PR в системе профессиональной морали.

Практическое занятие № 1. Форма учебной деятельности студентов – доклады, собеседование (2 час.).

**Практическое занятие № 2 по теме 2 «Особенности искусственной разработки этических норм».** Роль этического знания в процессе разработки кодексов профессиональной этики. Институционализация, объединение морали и права как одна из тенденций современного общественного развития.

Практическое занятие № 2. Форма учебной деятельности студентов – доклады, собеседование (2 час.).

**Практическое занятие № 3 по тема 3 «Модели и принципы этического выбора PR».** Четыре модели PR деятельности по Дж. Грунингу: модель пресс-агентов, общественной информации, двусторонняя асимметричная, двусторонняя симметричная. Шесть теоретических моделей, шесть способов аргументации в современной этике: ситуативная этика; этика ответственности; современный утилитаризм; теория справедливости Дж. Ролза; этика дискурса; нарративная теория Макинтаира.

Практическое занятие № 3. Форма учебной деятельности студентов – доклады, собеседование (2 час.).

**Практическое занятие № 4 по теме 4 «PR в политике и моральные критерии PR деятельности».** Первая поправка Конституции США и моральные и правовые аспекты PR деятельности. Нравственные ограничения свободы слова.

Практическое занятие № 4. Форма учебной деятельности студентов – доклады, собеседование, круглый стол (2 час.).

**Практическое занятие № 5 по теме 5 «Этика рекламы и PR в коммерческой деятельности».** Приоритеты, абсолютные и относительные требования. Недопустимость сокрытия принципиально важной для общественности информации. Значение утверждения общих международных правил этики бизнеса и PR деятельности. **Нравственные ограничения рекламы.** Необходимость нравственных ограничений в рекламной деятельности.

Практическое занятие № 5. Форма учебной деятельности студентов – круглый стол, анализ кейсов (2 час.).

**Практическое занятие № 6 по теме 6 «Средства массовой информации и этические стандарты деятельности PR специалиста».** Влияние крупных корпораций на средства массовой информации, допустимые пределы и нравственные критерии. Средства массовой информации на службе правительства. Журналистская этика и этика PR : аспекты взаимодействия.

Практическое занятие № 6. Форма учебной деятельности студентов – круглый стол, анализ кейсов (2 час.).

**Практическое занятие № 7 по теме 7 «Глобализация коммуникаций и нравственные особенности разных культур».** Деятельность международных консалтинговых фирм и требования к работающим в них специалистам. Нейтралистский и перфекционистский либерализм как две парадигмы в нравственном мышлении.

Практическое занятие № 7. Форма учебной деятельности студентов – круглый стол, анализ кейсов (2 час.).

**Практическое занятие № 8 по теме 8 «Задачи PR специалистов по сглаживанию межнациональных и международных конфликтов».** Проблема гуманизма в международном масштабе и основание необходимости гуманистического мышления.

Практическое занятие № 8. Форма учебной деятельности студентов – круглый стол, анализ кейсов (2 час.).

**Практическое занятие № 9 по теме 9 «Общая направленность организационной PR деятельности».**

Национальные и международные организации PR специалистов. Общие основания и принципы кодификации. Международные документы о защите прав человека как базовые основания для процесса кодификации. Сравнение разных кодексов PR деятельности. Сравнение принципов и общей направленности кодексов PRSA, Афинского кодекса, Кодекса Международных бизнес коммуникаторов Кодекса CERP, опыт PR деятельности в России. PACO и российский кодекс СО.

Анализ отдельных случаев применения кодексов.

Сравнение разных кодексов рекламной деятельности. Личность специалиста рекламы и связи с общественностью: критерии профессионального и нравственного совершенства. Требования к образованию PR специалиста как условие обеспечения высокой степени моральной ответственности за результаты его труда. Непрерывность образования. Различие критериев достоинства личности в этике долга и этике добродетелей. Включенность стандартов профессиональной квалификации в критерии нравственного совершенства в этике добродетелей.

Практическое занятие № 9. Форма учебной деятельности студентов – круглый стол, анализ кейсов (2 час.).

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Список примерных вопросов и тем для самостоятельного изучения.

#### **К разделу I:**

Что такое этика, что она изучает?

Чем мораль отличается от права?

Что такое прикладная этика?

Чем профессиональная мораль отличается от традиционной морали?  
Какова роль этического знания в разработке профессиональных кодексов?  
Что такое всеобщий труд, каковы его результаты?  
Совпадает ли субъект и объект действия нормы в профессиональной морали?  
Чем этика PR деятельности отличается от корпоративной морали?  
Как А. Макинтаир характеризует ситуацию в современной этике?  
Какие первые примеры PR деятельности вы можете назвать?  
В чем различие двусторонней симметричной и двусторонней асимметричной моделей PR деятельности?  
Какие этические теории приемлемы для принятия моральных решений в современном обществе?  
Можно ли принимать решения, сочетая различные этические теории?  
Что такое коммуникативное действие, чем оно отличается от стратегического?  
Что такое компромисс, частичный консенсус?  
Совместимы ли мораль и политика?  
В чем суть поправки Фредерика Джиллета, как она влияет на состояние PR в США?  
Что такое ненавистнические речи, как это понятие связано с ограничением свободы слова?  
Какова роль PR специалиста в корпорации, чьи интересы он представляет?  
Каковы обязательства PR специалиста перед средствами массовой информации?  
Что такое мультикультурализм, совместим ли он с глобализмом?  
Почему запрещаются некоторые приемы рекламной деятельности?  
Что такое агрессивный захват, какое философское течение использует этот термин?  
Что такое этикет?  
Каковы различия делового этикета в разных странах?

## **К разделу II:**

Какие кодексы PR деятельности вы можете назвать?  
Когда был принят первый кодекс PRSA, какие изменения в него были внесены позднее? Чьи интересы защищает кодекс PRSA?  
Когда был принят Афинский кодекс?  
Какое определение PR было сформулировано 1-й Всемирной Ассамблеей ассоциаций публич рилейшинз?  
Какие разделы содержит кодекс РАПС?  
Может ли PR специалист публиковать информацию, скрывая свою связь с фирмой, на которую он работает?  
Может ли PR специалист работать сразу на двух работодателей?  
Может ли PR скрывать информацию о грозящей обществу опасности, если ее публикация нанесет вред работодателю.  
Что такое аккредитация?

Какими знаниями должен обладать PR специалист?

Что такое приобретенная ответственность?

Что такое позитивная ответственность, может ли она переходить в негативную?

Что такое публичная мораль, возможны ли в публичной сфере решения на основе применения логики минимального зла?

Чем нормы традиционной морали не подходят для публичной сферы?

Почему традиционные нравственные императивы не могут выразить наше отношение к будущему?

### Примерные темы рефератов, эссе, докладов

1. Абсолютизм и утилитаризм как два наиболее противостоящих друг другу способа обоснования морали.
2. Этика PR в России.
3. Ю. Хабермас и Н. Луман: различия теорий и перспективы их применения в практике PR.
4. Принцип публичности в PR деятельности.
5. Принцип позитивной ответственности в деятельности PR специалиста.
6. Афинский кодекс и права человека.
7. Принятие политических решений на стадии их разработки и задачи деятельности PR специалиста.
8. Этика для противников.
9. Публичная мораль и индивидуальная нравственность.

## IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Раздел I.	УК-10.1 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	УК-10.1 Знает правила общественного взаимодействия, базовые принципы развитого правосознания и сформированной правовой культуры  Умеет определять круг базовых принципов взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции, развитого правосознания и сформированной правовой культуры	УО-1,	

	<p>Методологические аспекты дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли»</p>	<p>ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста</p> <p>ПК-4.2. Умеет коммуницировать в устной и письменной</p>	<p>ПК-4.1. Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели рекламного и PR-текста</p> <p>Умеет коммуницировать в устной и письменной</p>	<p>УО-3, УО-4.</p>	<p>Вопросы зачёта № 1-11</p>
--	---	---	---	------------------------	------------------------------

		<p>формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-4.3. Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p>формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия; создавать рекламные и PR-тексты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>		
--	--	---	---	--	--

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
	Раздел II. Прикладные аспекты дисциплины	<p>УК-10.2 Осуществляет социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p> <p>ПК-1.1. Знает современные тенденции планирования организации под контролем коммуникационных кампаний и</p>	<p>УК-10.2 Владеет и соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции. Владеет навыками планирования и реализации социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры</p>	УО-4, ПР-11.	Вопросы зачёта № 12-35

		мероприятий			
			ПК-1.1.	Знает	
			современные		
			тенденции		
			планирования	и	
			организации	под	
			контролем		
			коммуникационных		
			кампании	и	
			мероприятий		
		ПК-1.2.	Умеет	Умеет	осуществлять

		<p>осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПК-1.3. Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеет приемами планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий, в т.ч.внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>		
--	--	---	--	--	--

## V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / С. М. Емельянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Изд-во Юрайт, 2017. — 231 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/402104>
2. Китчен Ф. Паблик рилейшнз. Принципы и практика. Учебное пособие для вузов / Ф. Китчен, пер. Е.Э. Лалаян. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/52532.html>
3. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учеб. пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Изд-во Юрайт, 2018. — 109 с. <https://urait.ru/uploads/pdf>

4. Профессиональная этика и психология делового общения: Учебное пособие / Кошечкина И.П., Канке А.А. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 304 с.

<http://znanium.com/bookread2.php?book=518222>

5. Этика: Учебник / А.В. Разин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 416 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=523268>

### **Дополнительная литература** (печатные и электронные издания)

1. Бернейс Э.. Связи с общественностью / Э. Бернейс; пер. А. Айзенштадт; предисл. И. Минтусова, А. Векслер. — М.: ВШЭ, 2019. — 464 с.

2. Вигерлинг, К. Этика СМИ [Электронный ресурс] / К. Вигерлинг ; пер. С. М. Курбатовой. – М. : Директ-Медиа, 2014. - 361 с. - ISBN 978-5- 4458-5319-0.

<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=221774>

3. Дзялошинский, И. М. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата / И. М. Дзялошинский. – М. : Юрайт, 2017. - 412 с. - <http://www.biblio-online.ru/book/1330DCF8-42CB-429C-8996-A21FC23EB3E2>

4. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс] : учеб. и практикум для акад. бакалавриата / Г. В. Лазутина. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2017. - 257 с. - <http://www.biblio-online.ru/book/506E9C62-C524-4722-AA8E-753E94BC433E>

5. История, этика и психология рекламы и PR / М. В. Лукьянчикова, Э. Н. Бердникова, Л. М. Управителева, К. Н. Маркина. – М.: Издательские решения, 2018. – 167 с. <https://mybook.ru/author/m-lukyanchikova/istoriya-etika-ipsihologiya-reklamy-ipr>

6. Прикладная этика в современной России: вчера, сегодня, завтра. Ведомости прикладной этики. Вып. 50 / Под ред. В.И.Бакштановского. - Тюмень: НИИ ПЭ, 2017. – 253с. <https://www.tyuiu.ru/wp-content/uploads/2014/09/Vedomosti-50.pdf>

7. Grigoryeva L.Yu., Oleynikova E.Yu., Popil' V.A., Lykova T.D. POSITIONS OF ETHICAL CHOICE IN PR PROFESSIONAL COMPETENCY: PHILOSOPHICAL APPROACH // 19th PCFS 2019 . Professional Culture of the Specialist of the Future.

<https://www.futureacademy.org.uk/files/images/upload/19THPCSF2019F035.pdf>

### **Перечень информационных технологий и программного обеспечения**

Изучение дисциплины проводится на основе рейтинговой технологии. При осуществлении образовательного процесса используется следующее программное обеспечение: Microsoft Office (PowerPoint, Word), Open Office, программное обеспечение электронного ресурса сайта ДВФУ, включая ЭБС ДВФУ.

## **VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования</b>	<b>Адрес (местоположение) объектов</b>
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами,

оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.

## **VIII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Этическое регулирование деятельности в отрасли» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Этическое регулирование деятельности в отрасли» проводится в форме контрольных мероприятий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-1 - собеседование, УО-3 - доклад, сообщение, УО-4 - круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, ПР-11 – кейс-задача.

Критерии оценки указаны ниже.

#### **Перечень оценочных средств**

<b>Код ОС</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Краткая характеристика оценочного средства</b>	<b>Представление оценочного средства в фонде</b>
УО-1	собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимися на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объёма знаний обучающегося по определённому разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы РПД по темам дисциплины (практическое занятие № 1 -4)

УО-3	Доклад, сообщение с презентацией	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определённой учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.	Темы докладов, сообщений для выступления на практических занятиях (практические занятия № 1- 4)
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов на практических занятиях (практические занятия № 4 -9)
ПР-11	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задание для решения кейс-задачи (практические занятия № 5 -9).

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Этическое регулирование деятельности в отрасли» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

**Критерии оценки (устного доклада, реферата, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):**

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой

области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### Критерии оценки презентации доклада:

цена	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
раскрыты проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов

<b>формление</b>	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
<b>ответы на вопросы</b>	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

### **Критерии оценки (письменный ответ)**

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

### **Критерии оценки (устный ответ)**

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой

раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

### **Оценочные средства для промежуточной аттестации**

#### **Примерный перечень вопросов для зачёта:**

Раздел I. Методологические аспекты дисциплины «Этическое регулирование деятельности в отрасли» 1-11

1. Этика как наука и этика рекламы и PR.
2. Нравственные основания рекламной и PR деятельности.
3. Общее представление об этике как теории морали и специфики этики PR .
4. Принцип публичности. Особенности профессиональной этики, место PR в системе профессиональной морали.

5. Особенности искусственной разработки этических норм.
6. Роль этического знания в процессе разработки кодексов профессиональной этики.
7. Институционализация, объединение морали и права как одна из тенденций современного общественного развития.
8. Модели PR и принципы этического выбора PR.
9. Шесть теоретических моделей, шесть способов аргументации в современной этике.
10. PR в политике и моральные критерии PR деятельности.
11. Моральные и правовые аспекты PR деятельности. Нравственные ограничения свободы слова.

## **Раздел II. Прикладные аспекты дисциплины. Вопросы 12-35**

12. Этика рекламы и PR в коммерческой деятельности.
13. Приоритеты, абсолютные и относительные требования.
14. Значение утверждения общих международных правил этики бизнеса и PR деятельности.
15. Нравственные ограничения рекламы. Необходимость нравственных ограничений в рекламной деятельности.
16. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности PR специалиста.
17. Влияние крупных корпораций на средства массовой информации, допустимые пределы и нравственные критерии.
18. Средства массовой информации на службе правительства.
19. Журналистская этика и этика PR : аспекты взаимодействия.
20. Глобализация коммуникаций и нравственные особенности разных культур.
21. Деятельность международных консалтинговых фирм и требования к работающим в них специалистам.
22. Нейтралистский и перфекционистский либерализм как две парадигмы в нравственном мышлении.
23. Задачи PR специалистов по сглаживанию межнациональных и международных конфликтов.
24. Проблема гуманизма в международном масштабе и основание необходимости гуманистического мышления.
25. Общая направленность организационной PR деятельности.
26. Национальные и международные организации PR специалистов.
27. Общие основания и принципы кодификации. Международные документы о защите прав человека как базовые основания для процесса кодификации.

28. Сравнение принципов и общей направленности кодексов PRSA, Афинского кодекса, Кодекса Международных бизнес коммуникаторов Кодекса CERP, опыт PR деятельности в России.
29. PACO и российский кодекс CO.
30. Анализ отдельных случаев применения кодексов.
31. Сравнение разных кодексов рекламной деятельности.
32. Личность специалиста рекламы и связи с общественностью: критерии профессионального и нравственного совершенства.
33. Требования к образованию PR специалиста как условие обеспечения высокой степени моральной ответственности за результаты его труда.
34. Различие критериев достоинства личности в этике долга и этике добродетелей.
35. Стандарты профессиональной квалификации в критериях нравственного совершенства этики добродетелей.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Этическое регулирование деятельности в отрасли»:**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-61	«зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных методов работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в зависимости от ситуаций, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы специалиста по рекламе и связям с общественностью.
60-50	«незачтено»	Оценка «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «незачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.