


Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное
образовательное учреждение высшего образования
«Академия маркетинга и социально-информационных технологий –
ИМСИТ»
(г. Краснодар)

Факультет менеджмента

Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Научно-методическим советом академии
протокол №8 от 16 апреля 2018 года
Председатель НМС,
проректор по учебной работе,
профессор
Н.Н. Павелко



Б1.В.03

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА

рабочая программа по дисциплине
для студентов направления подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

**квалификация (степень) выпускника
«БАКАЛАВР»**

Краснодар
2018

Рабочая программа дисциплины «*Профессиональная этика*» разработана к.к.н., доцентом Н.Ю. Буряк.

Рабочая программа составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. N 997.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры технологий сервиса и деловых коммуникаций протокол № 8 от 19 марта 2018г.

Составитель:
к.к.н., доцент



Н.Ю. Буряк

Зав. кафедрой ТСиДК, к.с.н., доцент



Н.И. Севрюгина

Рабочая программа утверждена на заседании Научно-методического совета Академии «16» апреля 2018г., протокол № 8.

Согласовано:
Проректор по качеству образования,
доцент



К.В. Писаренко

Рецензенты:

Г.Н. Немец к.ф.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью
ФГБОУ ВО «КубГУ»

А.А. Луговой директор по маркетингу группы компаний «Р-класс»

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины.....	4
2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО.....	5
3 Требования к результатам освоения содержания дисциплины.....	7
4 Содержание и структура дисциплины (модуля).....	8
4.1 Содержание разделов дисциплины.....	8
4.2 Структура дисциплины.....	9
4.3 Занятия лекционного типа	20
4.4 Занятия семинарского типа	20
4.5 Курсовой проект (курсовая работа).....	21
4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины.....	22
5 Образовательные технологии.....	24
5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях.....	25
6 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	27
7 Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля).....	41
7.1 Основная литература.....	49
7.2 Дополнительная литература.....	51
7.3 Периодические издания.....	53
7.4 Интернет-ресурсы.....	55
7.5 Методические указания к лабораторным занятиям.....	59
7.6 Методические указания и материалы по видам занятий.....	61
7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы.....	69
7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий.....	74
8 Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	79
9 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	82

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Профессиональная этика» является раскрытие обучающимся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью содержания и принципов этики деловых отношений как важного компонента социальной регуляции, наряду с экономикой, политикой и социальными отношениями.

Предметом освоения дисциплины «Профессиональная этика» являются освоение базисных знаний о природе и сущности общения; улучшение навыков позитивного общения на основе взаимопонимания, преодоления коммуникативных барьеров, личного влияния; освоение этических основ делового общения и формирования современной деловой культуры, деловой этики; освоение теории и практики ведения деловых переговоров, их организации и подготовки; освоение психологии делового общения, тактических приемов на переговорах и техники аргументации, предотвращения конфликтных ситуаций; анализ видов деловой переписки (включая международную); теоретическое и практическое освоение методики организации и проведения деловых бесед, коммерческих переговоров, деловых совещаний, официальных приемов, брифингов, пресс-конференций и использования современных средств коммуникации; рассмотрение вопросов делового этикета, бизнес-протокола и атрибутов делового общения.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся представления о психологических закономерностях общения для повышения эффективности профессиональной деятельности, что связано с решением следующих задач:
- формирование у обучающихся представления об общении, его месте и роли в обеспечении эффективности совместной деятельности;
- формирование представления о вербальном и невербальном воздействии на партнера по общению.
- знакомство обучающихся с техниками и практиками ведения переговоров, служебного телефонного разговора, написания деловых писем, управления конфликтом.
- развитие навыков применения техник публичного выступления, организации совещания, участия в переговорах, разрешения конфликтов.

В результате освоения данной дисциплины, опираясь на базу знаний, полученных в процессе обучения, обучающийся должен обладать следующими знаниями, умениями, навыками:

Знать:

- правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности;
- принципы и ценности современной рекламной этики;
- современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности;
- правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности;
- принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности;
- содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности.

Уметь:

- творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности;
- использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности;
- диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности.

Владеть:

- навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности;
- навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности;
- навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности;
- навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности;
- культурой рекламного этикета.

Основные научные понятия, термины (дефиниции).

Этика, мораль, нравственность, деловая беседа, этические нормы; деловое совещание, правила подготовки и проведения деловой беседы; конструктивная критика, правила конструктивной критики и принципы восприятия критики; этика взаимоотношений с руководителем; этика взаимоотношений с "трудным" руководителем; правила подготовки и проведения служебных совещаний; проведение переговоров с деловыми партнерами, коммуникативная культура в деловом общении, вербальное общение, невербальное общение, дистанционное общение, манипуляции в общении, правила деловых отношений, этикет деловых отношений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профессиональная этика» относится к обязательным дисциплинам вариативной части основной образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Содержание дисциплины имеет междисциплинарные связи с этикой, психологией, философией, с современной информатикой, которая тем самым расширяет информационную базу делового общения. «Профессиональная этика» связана также с экономическими, политическими, правовыми теориями, которые обогащают ее содержательную область и позволяют выявить особенности деловых отношений в экономической, политической и правовой деятельности.

На момент начала освоения курса обучающийся должен владеть знаниями в области общих закономерностей развития и функционирования общества, группы, индивида, а так же иметь представление о ключевых социологических категориях социальное действие, взаимодействие, социальная роль, статус, социализация, социальная дифференциация и стратификация, социальная, массовая коммуникация.

Освоение дисциплины «Профессиональная этика» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, **область профессиональной деятельности** которых включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
общественное мнение.

Освоение дисциплины «Профессиональная этика» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, **объектами профессиональной деятельности** которых являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
производственные и сервисные предприятия.

Освоение дисциплины «Профессиональная этика» обеспечивает подготовку бакалавров по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, подготовленных к решению ряда следующих **профессиональных задач** в соответствии с **видами профессиональной деятельности**, на которые ориентирована ОПОП

1) коммуникационная деятельность:

участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

2) рекламно-информационная деятельность:

разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

3) информационно-технологическая деятельность:

участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

Пороговый (входной) уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемый для формирования компетенций, необходимых для освоения программы дисциплины

«Профессиональная этика», связан с дисциплинами и междисциплинарными связями, обеспечивающими формирование компетенций, необходимыми для освоения программы дисциплины «Профессиональная этика».

Дисциплины и междисциплинарные связи, обеспечивающие формирование компетенций, необходимых для освоения программы дисциплины «Профессиональная этика»

Наименование дисциплин	Формируемые компетенции
Основы теории коммуникации	ПК-12
Философия	ОК-1; ОК-7
Введение в профессию	ОК-3; ОК-7; ПК-7
Психология массовых коммуникаций	ОК-6

Междисциплинарные контрольные задания и материалы, необходимые для оценки порогового (входного) уровня знаний, умений и навыков, необходимых для формирования компетенции в процессе освоения программы дисциплины «Профессиональная этика» представлены в комплекте оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной формы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

а) общекультурных:

ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия

Уметь:

- анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы; системно анализировать и выбирать социально-психологические концепции

Владеть:

- навыками работы с основными философскими категориями; технологиями приобретения, использования и обновления философских знаний для анализа предметно-практической деятельности.

ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- процесс историко-культурного развития человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру;
- особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса;
- место человека в историческом процессе; политическую организацию общества.

Уметь:

- определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции;
- проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям;
- анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии.

Владеть:

- навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме;
- навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса;
- приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума.

ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги;
- особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;
- основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.

Уметь:

- корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);
- выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики;
- самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов.

Владеть:

- способностями к конструктивной критике и самокритике;
- умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях;
- навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и

этические обязательства.

ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги;
- закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития.

Уметь:

- анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств.

Владеть:

- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний.

б) общепрофессиональных:

ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);
- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);
- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;
- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований
- знание технологии экспертного интервью;
- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.

Уметь:

- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации
- организовывать социологические исследования
- готовить отчет
- осуществлять таймменеджмент
- свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.

Владеть:

- навыком работы с большими объемами информации;
- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов

- понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли
- владение методом конкурентного анализа
- способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.

в) профессиональных:

ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- виды коммуникационных кампаний и мероприятий;
- роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления;
- основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков;
- место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации.

Уметь:

- учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества;
- выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности;
- создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ;
- применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества;
- осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ.

Владеть:

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом
- принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе;
- навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью.

ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

По компонентному составу данной компетенции обучающийся должен:

Знать:

- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);
- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг);
- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн;
- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований
- знание технологии экспертного интервью;
- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии.

Уметь:

- осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации
- организовывать социологические исследования
- готовить отчет
- осуществлять таймменеджмент
- свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения.

Владеть:

- навыком работы с большими объемами информации;

- навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов
- понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли
- владение методом конкурентного анализа
- способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.

4. Содержание и структура дисциплины

4.1 Содержание разделов дисциплины

Таблица 1 — Содержание разделов (модулей) дисциплины

№	Наименование раздела	Содержание раздела	Форма текущего контроля	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5
1	Модуль 1. Теоретические основы этики как науки о морали. Основные проблемы теории морали	1.1 Мораль и право. Особенности и сущность моральной регуляции 1.2 Функции морали. Дилеммы морального поведения. Понятие моральной ценности 1.3 Мораль и нравы. Специфика национальных нравов и роль в сфере управления	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
2	Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества	2.1 Виды этической теории. Утилитаристская и абсолютистская этика 2.2 Особенности гуманистической и авторитарной этики. Этическая теория Э. Фромма 2.3 Понятие индивидуальной и социальной этики	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
3	Модуль 3. Основы политической этики	3.1 Политика и мораль. Проблема обоснования политической этики 3.2 Этика политического конфликта и базовые ценности современного демократического общества. Этика переговорного процесса	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7

		3.3 Принципы и нормы современной парламентарской этики. Проблема предупреждения конфликтов интересов 3.4 Справедливость как социальная и политическая добродетель	и письменный), тестирование	ПК-12
4	Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности	4.1 Обоснование предмета и сферы действия экономической этики 4.2 Государство и бизнес: этика отношений (мировой и российский опыт)	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
5	Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности	5.1 Этика рекламы как процесс, регулируемый законодательно 5.2 Этика рекламной деятельности как процесс, регулируемый «по общественному договору»	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
6	Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности	6.1 Прямые нарушения законодательства 6.2 Кросс-культурные и иные нарушения этики	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
7	Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности	7.1 Морально-нравственные аспекты бюрократизма в рекламной деятельности 7.2 Коррупция как социальная и этическая проблема 7.3 Конфликты интересов в сфере рекламной деятельности и механизм их регулирования. 7.4 Этика оказания влияния и проблема регулирования лоббистской деятельности	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
8	Модуль 8. Этические	8.1 Место и роль нравственных характеристик рекламной деятельности	Мониторинг результатов	ОК-1 ОК-2

	требования к специалисту в сфере рекламной деятельности	8.2 Современные требования к моральному облику специалиста по рекламе 8.3 Мотивация этического поведения и способы повышения нравственного уровня специалистов в сфере рекламной деятельности	практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
9	Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности	9.1 Понятие и проблемы современной культуры управления в сфере рекламной деятельности 9.2 Общие закономерности межличностных отношений и их влияние на поведение в коллективе. 9.3 Этика служебных отношений 9.4 Этикет как элемент духовной культуры специалиста по рекламе: нравственная основа, функции и принципы служебного этикета	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12
10	Модуль 10. Служебная этика руководителя	10.1 Место и роль руководителя в сфере рекламной деятельности. Понятие «органических функций» руководителя 10.2 Культурный облик руководителя: общие, конкретные и специфические нравственные качества руководителя 10.3 Руководитель и подчиненный: этика приказов и поручений	Мониторинг результатов практических занятий, контрольный опрос (устный и письменный), тестирование	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12

4.2 Структура дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется студентами очной формы обучения (ОФО), ускоренной очной формы обучения (УОФО), заочной формы обучения (ЗФО), ускоренной заочной формы обучения (УЗФО) объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Таблица 2 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ОФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)	
	2 семестр	Всего
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)	72/2	72/2
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы),	48,2	48,2

всего		
Аудиторная работа, всего:	48,2	48,2
<i>Лекции (Л)</i>	16	16
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	32	32
<i>Лабораторные работы (ЛР)</i>	0	0
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0,2	0,2
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0	0
Самостоятельная работа в семестре, всего:	23,8	23,8
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0
Реферат (Р)	4	4
Самостоятельное освоение разделов	8	8
Контрольная работа (КР)	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	11,8	11,8
Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	0	0
Вид итогового контроля по дисциплине	Зачет	Зачет

Таблица 3 — Объем учебной дисциплины и виды учебной работы ЗФО

Вид работы	Трудоемкость, часов (зач.ед.)		
	1 курс 3 сессия	2 курс 1 сессия	Всего
Общая трудоемкость (часы, зачетные единицы)	36/1	36/1	72/2
Контактная работа обучающихся с преподавателем (контактные часы), всего	2	10,2	12,2
Аудиторная работа, всего:	2	10,2	12,2
<i>Лекции (Л)</i>	2	2	4
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	0	8	8
<i>Лабораторные работы</i>	0	0	0

(ЛР)			
Индивидуальные консультации (ИК)	0	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КА)	0	0	0
Консультации перед экзаменом (Конс)	0	0	0
Контактная работа по промежуточной аттестации (КАЭ)	0	0,2	0,2
Самостоятельная работа в семестре, всего:	34	22	56
Курсовой проект (КП), курсовая работа (КР)	0	0	0
Реферат (Р)	4	2	6
Самостоятельное изучение разделов	12	8	20
Контрольная работа (КР)	0	0	0
Самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам, рубежному контролю и т.д.)	18	12	30
Самостоятельная работа в период экз.сессии (Контроль)	0	3,8	3,8
Вид итогового контроля по дисциплине		Зачет	Зачет

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для очной формы обучения приведено в таблице 4.

Таблица 4 - Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре ОФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самостоятельная работа	Контроль
		Всего	Аудиторная работа			Конс , КАЭ	ИК , КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Модуль 1. Теоретические основы этики как науки и морали. Основные	10	2	4	0	0		4	0

	проблемы теории морали								
2	Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества	8	2	2	0	0		4	0
3	Модуль 3. Основы политической этики	8	2	4	0	0		2	0
4	Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности	5	1	2	0	0		2	0
5	Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности	7	1	4	0	0		2	0
6	Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности	6	2	2	0	0		2	0
7	Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности	8	2	4	0	0		2	0
8	Модуль 8. Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности	7	1	4	0	0		2	0
9	Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных	6	2	2	0	0		2	0

	отношений в сфере рекламной деятельности								
10	Модуль 10. Служебная этика руководителя	7	1	4	0	0	0,2	1,8	0
	<i>Итого: 72</i>	48	16	32	0	0	0,2	23,8	0
	<i>Всего: 72</i>	48	16	32	0	0	0,2	23,8	0

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины для заочной формы обучения приведено в таблице 5.

Таблица 5 - Разделы дисциплины, изучаемые на первом курсе ЗФО

№ Раздела	Наименование разделов	Контактная работа/ контактные часы						Самостоятельная работа	Контроль
		Всего	Аудиторная работа			Конс , КАЭ	ИК , КА		
			Л	ПЗ	ЛР				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1 курс 3 сессия									
1	Модуль 1. Теоретические основы этики как науки и морали. Основные проблемы теории морали		1	0	0	0	0	8	
2	Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества		0,25	0	0	0	0	8	
3	Модуль 3. Основы политической этики		0,25	0	0	0	0	4	
4	Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности		0,25	0	0	0	0	8	
5	Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей		0,25	0	0	0	0	6	

	рекламной деятельности								
	<i>Итого: 36</i>	36	2	0	0	0	0	34	0
2 курс 1 сессия									
1	Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности	7	1	1	0	0	0	4	1
2	Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности	7	1	1	0	0	0	4	1
3	Модуль 8. Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности	8,5		2	0	0	0	6	0,5
4	Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности	6,5		2	0	0	0	4	0,5
5	Модуль 10. Служебная этика руководителя	7		2	0	0,2	0	4	0,8
	<i>Итого: 36</i>	10	2	8	0	0,2	0	22	3,8
	<i>Всего: 72</i>	12	4	8	0	0,2	0	56	3,8

4.2.1. Содержание и структура дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины

Модуль 1. Теоретические основы этики как науки о морали. Основные проблемы теории морали

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Мораль и право. Особенности и сущность моральной регуляции.
2. Функции морали. Дилеммы морального поведения. Понятие моральной ценности.
3. Мораль и нравы. Специфика национальных нравов и роль в сфере управления.

Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Виды этической теории. Утилитаристская и абсолютистская этика.
2. Особенности гуманистической и авторитарной этики. Этическая теория Э. Фромма.
3. Понятие индивидуальной и социальной этики.

Модуль 3. Основы политической этики

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Политика и мораль. Проблема обоснования политической этики.
2. Этика политического конфликта и базовые ценности современного демократического общества. Этика переговорного процесса.
3. Принципы и нормы современной парламентарской этики. Проблема предупреждения конфликтов интересов.
4. Справедливость как социальная и политическая добродетель.

Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Обоснование предмета и сферы действия экономической этики.
2. Государство и бизнес: этика отношений (мировой и российский опыт).

Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Этика рекламы как процесс, регулируемый законодательно.
2. Этика рекламной деятельности как процесс, регулируемый «по общественному договору».
3. Нарушение этики рекламной деятельности как источник опасности для общества.

Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Прямые нарушения законодательства.

2. Кросс-культурные и иные нарушения этики.

Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Морально-нравственные аспекты бюрократизма в рекламной деятельности.
2. Коррупция как социальная и этическая проблема.
3. Конфликты интересов в сфере рекламной деятельности и механизм их регулирования.
4. Этика оказания влияния и проблема регулирования лоббистской деятельности.

Модуль 8. Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль нравственных характеристик рекламной деятельности.
2. Современные требования к моральному облику специалиста по рекламе.
3. Мотивация этического поведения и способы повышения нравственного уровня специалистов в сфере рекламной деятельности.

Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Понятие и проблемы современной культуры управления в сфере рекламной деятельности.
2. Общие закономерности межличностных отношений и их влияние на поведение в коллективе.
3. Этика служебных отношений.
4. Этикет как элемент духовной культуры специалиста по рекламе: нравственная основа, функции и принципы служебного этикета.

Модуль 10. Служебная этика руководителя

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль руководителя в сфере рекламной деятельности. Понятие «органических функций» руководителя.
2. Культурный облик руководителя: общие, конкретные и специфические нравственные качества руководителя.
3. Руководитель и подчиненный: этика приказов и поручений.

4.3 Занятия лекционного типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций и иных учебных занятий, предусматривающих преимущественную передачу учебной информации научно-педагогическими работниками академии.

По дисциплине «Профессиональная этика» занятия лекционного типа проводятся в форме лекций.

4.4 Занятия семинарского типа

В соответствии с п. 31 приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» занятия семинарского типа проводятся в форме: семинаров, практических занятий, практикумов, лабораторные работы, коллоквиумов.

По дисциплине «Профессиональная этика» занятия семинарского типа проводятся в форме практических занятий

Практическое занятие — это одна из форм учебной работы, которая ориентирована на закрепление изученного теоретического материала, его более глубокое усвоение и формирование умения применять теоретические знания в практических, прикладных целях. Особое внимание на практических занятиях уделяется выработке учебных или профессиональных навыков. Такие навыки формируются в процессе выполнения конкретных заданий — упражнений, задач и т. п. — под руководством и контролем преподавателя.

Содержание практических занятий

Модуль 1. Теоретические основы этики как науки о морали. Основные проблемы теории морали

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Мораль и право. Особенности и сущность моральной регуляции.
2. Функции морали. Дилеммы морального поведения. Понятие моральной ценности.
3. Мораль и нравы. Специфика национальных нравов и роль в сфере управления.

Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Виды этической теории. Утилитаристская и абсолютистская этика.
2. Особенности гуманистической и авторитарной этики. Этическая теория Э. Фромма.

3. Понятие индивидуальной и социальной этики.

Модуль 3. Основы политической этики

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Политика и мораль. Проблема обоснования политической этики.
2. Этика политического конфликта и базовые ценности современного демократического общества. Этика переговорного процесса.
3. Принципы и нормы современной парламентарской этики. Проблема предупреждения конфликтов интересов.
4. Справедливость как социальная и политическая добродетель.

Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Обоснование предмета и сферы действия экономической этики.
2. Государство и бизнес: этика отношений (мировой и российский опыт).

Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Этика рекламы как процесс, регулируемый законодательно.
2. Этика рекламной деятельности как процесс, регулируемый «по общественному договору».
3. Нарушение этики рекламной деятельности как источник опасности для общества.

Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Прямые нарушения законодательства.
2. Кросс-культурные и иные нарушения этики.

Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Морально-нравственные аспекты бюрократизма в рекламной деятельности.
2. Коррупция как социальная и этическая проблема.
3. Конфликты интересов в сфере рекламной деятельности и механизм их регулирования.
4. Этика оказания влияния и проблема регулирования лоббистской деятельности.

Модуль 8. Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль нравственных характеристик рекламной деятельности.
2. Современные требования к моральному облику специалиста по рекламе.
3. Мотивация этического поведения и способы повышения нравственного уровня специалистов в сфере рекламной деятельности.

Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Понятие и проблемы современной культуры управления в сфере рекламной деятельности.
2. Общие закономерности межличностных отношений и их влияние на поведение в коллективе.
3. Этика служебных отношений.
4. Этикет как элемент духовной культуры специалиста по рекламе: нравственная основа, функции и принципы служебного этикета.

Модуль 10. Служебная этика руководителя

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль руководителя в сфере рекламной деятельности. Понятие «органических функций» руководителя.
2. Культурный облик руководителя: общие, конкретные и специфические нравственные качества руководителя.
3. Руководитель и подчиненный: этика приказов и поручений.

Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся на аудиторных практических (семинарских) занятиях

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы в начале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- использование дополнительного материала (обязательное условие);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Вопросы для коллоквиума по дисциплине «Профессиональная этика»

Коллоквиум - вид учебно-теоретических занятий, представляющий собой групповое обсуждение под руководством преподавателя достаточно широкого круга проблем. Коллоквиум проходит обычно в форме дискуссии, в ходе которой обучающимся предоставляется возможность высказать свою точку зрения на рассматриваемую проблему, учиться обосновывать и защищать ее. Аргументируя и отстаивая свое мнение, обучающийся в то же время демонстрирует, насколько глубоко и осознанно он усвоил изученный материал.

1. Этика – наука о морали, ее предмет. Роль морали как всеобщего регулятора поведения людей в обществе.
2. Философия как методологическая основа профессиональной этики. Этика и мораль
3. Сущность и структура морали.
4. Свойства морали (нормативность, императивность, оценочность).
5. Нравственный императив и принцип свободы человека.
6. Основные функции и принципы морали.
7. Профессиональная этика, ее содержание.
8. Основные этапы исторического развития этических учений.
9. Понятие и содержание основных категорий этики.
10. Общечеловеческие начала этики.
11. Специфика и роль морали в условиях развития современного общества.
12. Категории «добра» и «зла».
13. Долг, совесть, ответственность в работе рекламодателя.
14. Профессионально-значимые личностные качества будущего рекламодателя.
15. Понятие и сущность морали. Соотношение морали и права.
16. Нравственная свобода выбора.
17. Понятие, признаки и виды социальных норм. Их иерархия.

18. Моральное сознание и моральная практика.
19. Понятие и виды профессиональной этики. Соотношение профессиональной этики и деонтологии.
20. PR этика – вид этики профессиональной.
21. Современные концепции профессиональной этики.
22. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности.
23. Кросс-культурные и иные нарушения этики.
24. Этика рекламной деятельности, как процесс, регулируемый «по общественному договору».
25. Нарушение рекламной этики, как источник опасности для общества.

4.5 Курсовой проект (курсовая работа)

В рамках освоения дисциплины «Профессиональная этика» выполнение курсовых работ не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

4.6 Самостоятельное изучение разделов дисциплины

Самостоятельная работа обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Но самостоятельная работа требует известных навыков, умения. Наибольшую пользу она приносит тогда, когда обучающийся занимается систематически, проявляет трудолюбие и упорство. На основе самостоятельно приобретенных знаний формируются твердые убеждения обучающегося и умение отстаивать их. А это — самое главное в овладении любой наукой.

Самостоятельная работа включает многие виды активной умственной деятельности обучающегося: слушание лекций и осмысленное их конспектирование, глубокое освоение источников и литературы, консультации у преподавателя, написание реферата, подготовка к семинарским занятиям, экзаменам, самоконтроль приобретаемых знаний и т.д. Форма текущего контроля знаний — работа обучающегося на семинарском занятии. Форма промежуточных аттестаций — письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине — зачет.

Самостоятельная работа по дисциплине «Профессиональная этика» представляет собой способ организации контроля знаний, предполагающий выполнение заданий в присутствии преподавателя с минимальными ограничениями на время выполнения и использование вспомогательных материалов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста;

работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета; для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; освоение карт и других материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ и др.).

Самостоятельная работа обучающихся в компьютерном классе включает следующие организационные формы учебной деятельности: работа с электронным учебником, просмотр видеолекций, работа с компьютерными тренажерами, компьютерное тестирование, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий, выполнение курсовых работ по дисциплине.

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.

Перечень практических заданий для самостоятельной работы

1. Что такое этика, что она изучает?
2. Чем мораль отличается от права?
3. Что такое прикладная этика?
4. Чем профессиональная мораль отличается от традиционной морали?
5. Какова роль этического знания в разработке профессиональных кодексов?
6. Что такое всеобщий труд, каковы его результаты?
7. Совпадает ли субъект и объект действия нормы в профессиональной морали?
8. Чем этика PR деятельности отличается от корпоративной морали?
9. Как А. Макинтаир характеризует ситуацию в современной этике?
10. Какие первые примеры PR деятельности вы можете назвать?
11. В чем различие двусторонней симметричной и двусторонней асимметричной моделей PR деятельности?
12. Какие этические теории приемлемы для принятия моральных решений в современном обществе?
13. Можно ли принимать решения, сочетая различные этические теории?
14. Что такое коммуникативное действие, чем оно отличается от стратегического?
15. Что такое компромисс, частичный консенсус?
16. Совместимы ли мораль и политика?
17. В чем суть поправки Фредерика Джиллета, как она влияет на состояние PR в США?
18. Что такое ненавистнические речи, как это понятие связано с ограничением свободы слова?
19. Какова роль PR специалиста в корпорации, чьи интересы он представляет?
20. Каковы обязательства PR специалиста перед средствами массовой информации?
21. Что такое малтикультурализм, совместим ли он с глобализмом?

22. Почему запрещаются некоторые приемы рекламной деятельности?
23. Что такое агрессивный захват, какое философское течение использует этот термин?
24. Что такое этикет?
25. Каковы различия делового этикета в разных странах?
26. Какие кодексы PR деятельности вы можете назвать?
27. Когда был принят первый кодекс PRSA, какие изменения в него были внесены позднее?
28. Чьи интересы защищает кодекс PRSA?
29. Когда был принят Афинский кодекс?
30. Какое определение PR было сформулировано 1-й Всемирной Ассамблеей ассоциаций публик рилейшинз?
31. Какие разделы содержит кодекс РАПС?
32. Может ли PR специалист публиковать информацию, скрывая свою связь с фирмой, на которую он работает.
33. Может ли PR специалист работать сразу на двух работодателей?
34. Может ли PR скрывать информацию о грозящей обществу опасности, если ее публикация нанесет вред работодателю.
35. Что такое аккредитация?
36. Какими знаниями должен обладать PR специалист?
37. Что такое приобретенная ответственность?
38. Что такое позитивная ответственность, может ли она переходить в негативную?
39. Что такое публичная мораль, возможны ли в публичной сфере решения на основе применения логики минимального зла?
40. Чем нормы традиционной морали не подходят для публичной сферы?
41. Почему традиционные нравственные императивы не могут выразить наше отношение к будущему?

Таблица 6 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по очной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	Контрольный опрос (устный, письменный). Индивидуальное собеседование	11,8/0,3
2	Практические задания.	Выполнение тестовых заданий Решение ситуационных задач Использование кейс-метода	12/0,3
	Итого:		23,8/0,6

Таблица 7 — Самостоятельное изучение разделов дисциплины по заочной форме обучения

№	Вид работы	Вид контроля	ч./з.е
1	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	Контрольная домашняя работа. Индивидуальное собеседование	24/0,6
2	Практические задания.	Выполнение тестовых заданий Решение ситуационных задач Использование кейс-метода	32/0,9
	Итого:		56/1,5

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (тренингов, деловых игр, разбор конкретных ситуаций и т.д.) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

При проведении занятий используются традиционные образовательные технологии, предполагающие прямую трансляцию знаний от преподавателя к обучающемуся (преимущественно на основе объяснительно-иллюстративных методов обучения). Учебная деятельность обучающихся носит в таких условиях, как правило, репродуктивный характер. К ним относятся следующие.

Информационная лекция – последовательное изложение материала в дисциплинарной логике, осуществляемое преимущественно вербальными средствами (монолог преподавателя).

Семинар – эвристическая беседа преподавателя и обучающихся, обсуждение заранее подготовленных сообщений, проектов по каждому вопросу плана занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы.

Практическое занятие – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по предложенному алгоритму.

Используются технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проблемного обучения**: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума и технологии проблемного обучения.

Используются **технологии проектного обучения**– организация образовательного процесса в соответствии с алгоритмом поэтапного решения проблемной задачи или выполнения учебного задания. Проект предполагает совместную учебно-познавательную деятельность группы обучающихся, направленную на выработку концепции, установление целей и задач, формулировку ожидаемых результатов, определение принципов и методик решения поставленных задач, планирование хода работы, поиск доступных и оптимальных

ресурсов, поэтапную реализацию плана работы, презентацию результатов работы, их осмысление и рефлексию.

Таблица 8 - Образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы, применяемые для освоения дисциплины «Профессиональная этика»

№ раздела, темы	Раздел дисциплины, темы*	Виды работ		Компетенции	Конкретизация компетенций (знания, умения, навыки)
		аудиторная	СРС		
1	Модуль 1. Теоретические основы этики как науки о морали. Основные проблемы теории морали	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<u>Знать:</u> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности. <u>Уметь:</u> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в

					<p>сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; культурой рекламного этикета.
2	Модуль 2. Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной

					<p>деятельности.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; – культурой рекламного этикета.
3	Модуль 3. Основы политической этики	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности;

			<p>дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям</p>	<p>ОПК-1 ПК-7 ПК-12</p>	<p>– принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>– творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>– навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на</p>
--	--	--	---	---------------------------------	--

					уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; культурой рекламного этикета.
4	Модуль 4. Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<u>Знать:</u> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности. <u>Уметь:</u> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере

					<p>рекламной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; <p>культурой рекламного этикета.</p>
5	Модуль 5. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и

				<p>служебного поведения в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>– творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>– навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности;</p> <p>– навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности;</p> <p>– навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности;</p>
--	--	--	--	--

					культурой рекламного этикета.
6	Модуль 6. Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере

					<p>рекламной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; культурой рекламного этикета.
7	Модуль 7. Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности. <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере

				<p>рекламной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; <p>культурой рекламного этикета.</p>
8	Модуль 8. Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным	<p>ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12</p> <p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности;

			и учебно-методическим пособиям	<p>– правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <p>– творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <p>– навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности;</p> <p>– навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности;</p> <p>– навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности;</p>
--	--	--	--------------------------------	---

					– навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; культурой рекламного этикета.
9	Модуль 9. Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<u>Знать:</u> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной деятельности. <u>Уметь:</u> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в

					<p>сфере рекламной деятельности.</p> <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; культурой рекламного этикета.
10	Модуль 10. Служебная этика руководителя	Лекции, практические занятия (семинары)	Работа с конспектом лекций. Работа с дополнительной литературой. Изучение тем занятий по электронным и учебно-методическим пособиям	ОК-1 ОК-2 ОК-6 ОК-7 ОПК-1 ПК-7 ПК-12	<p><u>Знать:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – правовые и нравственно-этические нормы в сфере рекламной деятельности; – принципы и ценности современной рекламной этики; – современные требования профессиональной этики в рекламной деятельности; – правила предупреждения конфликта интересов в сфере рекламной деятельности; – принципы и правила служебных отношений и служебного поведения в сфере рекламной деятельности; – содержание и элементы культуры управления в сфере рекламной

				<p>деятельности.</p> <p><u>Уметь:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – творчески использовать знания отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере рекламной деятельности; – использовать полученные знания в конкретных ситуациях, связанных с принятием морального выбора в сфере рекламной деятельности; – диагностировать этические проблемы и применять основные модели принятия этических управленческих решений в сфере рекламной деятельности. <p><u>Владеть:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с этическим законодательством в сфере рекламной деятельности; – навыками анализа, предупреждения и разрешения ситуаций, которые могут привести к конфликту интересов на уровне рекламной деятельности; – навыками разрешения конфликтов интересов с позиций социальной ответственности; – навыками анализа и эффективного применения передового отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламной деятельности; – культурой рекламного этикета.
--	--	--	--	---

Таблица 9 — Оценка уровня сформированности компетенций в процессе освоения программы дисциплины «Профессиональная этика»

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
ОК-1 способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции		
<p>Знать: философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия</p> <p>Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; системно анализировать и выбирать социально-психологические концепции</p> <p>Владеть: навыками работы с основными философскими категориями; технологиями приобретения, использования и обновления философских знаний для анализа предметно-практической деятельности.</p>	<p>Знать: философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия</p> <p>Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы</p>	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>
	<p>Знать: философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия</p> <p>Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; системно анализировать и выбирать социально-психологические концепции</p> <p>Владеть: навыками работы с основными философскими категориями</p>	<p>Средний уровень (хорошо)</p>
	<p>Знать: философские основы профессиональной деятельности; основные философские категории и проблемы человеческого бытия</p> <p>Уметь: анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые философские проблемы; системно анализировать и выбирать социально-психологические концепции</p> <p>Владеть: навыками работы с основными философскими категориями; технологиями приобретения, использования и обновления философских знаний для анализа предметно-практической деятельности.</p>	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
ОК-2 способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции		
<p>Знать: процесс историко-культурного развития</p>	<p>Знать: процесс историко-культурного развития человека и</p>	<p>Низкий (пороговый) уровень</p>

<p>человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; политическую организацию общества. Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции;</p>	<p>человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; политическую организацию общества. Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции</p>	<p>(удовлетворительно)</p>
<p>проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии. Владеть: навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме; навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа</p>	<p>Знать: процесс историко-культурного развития человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; политическую организацию общества. Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции; проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии. Владеть: навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической</p>	<p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума.</p>	<p>парадигме</p> <p>Знать: процесс историко-культурного развития человека и человечества; всемирную и отечественную историю и культуру; особенности национальных традиций, текстов; движущие силы и закономерности исторического процесса; место человека в историческом процессе; политическую организацию общества.</p> <p>Уметь: определять ценность того или иного исторического или культурного факта или явления; уметь соотносить факты и явления с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции; проявлять и транслировать уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; анализировать многообразие культур и цивилизаций; оценивать роль цивилизаций в их взаимодействии.</p> <p>Владеть: навыками исторического, историко-типологического, сравнительно-типологического анализа для определения места профессиональной деятельности в культурно-исторической парадигме; навыками бережного отношения к культурному наследию и человеку; информацией о движущих силах исторического процесса; приемами анализа сложных социальных проблем в контексте событий мировой истории и современного социума.</p>	<p>Высокий уровень (отлично)</p>
<p>ОК-6 способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>		
<p>Знать: - структуру общества как сложную систему; пути и средства</p>	<p>Знать: - структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального</p>	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>

<p>профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги;</p> <p>- особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;</p> <p>- основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития</p> <p>Уметь:</p> <p>- корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);</p>	<p>самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги;</p> <p>- особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления;</p> <p>- основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития</p> <p>Уметь:</p> <p>- корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);</p>	
<p>формам социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);</p> <p>- выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики;</p> <p>- самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов</p>	<p>Знать:</p> <p>- структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги;</p> <p>Уметь:</p> <p>- корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания);</p> <p>- выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики;</p> <p>Владеть:</p> <p>- способностями к конструктивной</p>	<p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>Владеть: - способностями к конструктивной критике и самокритике. - умениями работать в команде,</p>	<p>критике и самокритике. - умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях</p>	
<p>взаимодействовать с экспертами в предметных областях, - навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства</p>	<p>Знать: - структуру общества как сложную систему; пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - особенности влияния социальной среды на формирование личности и мировоззрения человека; систему категорий и методов, направленных на формирование аналитического и логического мышления; - основные социально-философские концепции и соответствующую проблематику, закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития Уметь: - корректно применять знания об обществе как системе в различных формах социальной практики; анализировать информационные источники (сайты, форумы, периодические издания); - выделять, формулировать и логично аргументировать собственную мировоззренческую позицию в процессе межличностной коммуникации с учетом ее специфики; - самостоятельно анализировать различные социальные проблемы с использованием философской терминологии и философских подходов Владеть: - способностями к конструктивной критике и самокритике.</p>	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - умениями работать в команде, взаимодействовать с экспертами в предметных областях, - навыками воспринимать разнообразие и культурные различия, принимать социальные и этические обязательства 		
ОК-7 способностью к самоорганизации и самообразованию			
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию 	Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)	
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; - закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками организации самообразования 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; 	Средний уровень (хорошо)
		<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - пути и средства профессионального самосовершенствования: профессиональные форумы, конференции, семинары, тренинги; 	Высокий уровень (отлично)

	<p>- закономерности профессионально-творческого и культурно-нравственного развития;</p> <p>Уметь:</p> <p>- анализировать культурную, профессиональную и личностную информацию и использовать ее для повышения своей квалификации и личностных качеств</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления социально-культурных, психологических, профессиональных знаний</p>	
<p>ОПК-1 способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах</p>		
<p>Знать:</p> <p>- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</p> <p>- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг)</p> <p>- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн,</p> <p>- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований</p> <p>- знание технологии экспертного интервью</p> <p>- важнейшие достижения культуры и</p>	<p>Знать:</p> <p>- предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов);</p> <p>- знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг)</p> <p>- знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн,</p> <p>- знание основных методов качественных и количественных социологических исследований</p> <p>- знание технологии экспертного интервью</p> <p>- важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и</p>	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>

<p>системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в</p>	<p>цивилизаций в их взаимодействии; Уметь: - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования</p>	
<p>общей историческом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; Уметь: - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; Владеть:</p>	<p>Знать: - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности,• специфику российской цивилизации в общеисторическом и б мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; Уметь: - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в</p>	<p>Средний уровень (хорошо) с ошибками</p>

<ul style="list-style-type: none"> - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире 	<p>истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком работы с большими объемами информации; 	
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор информации, анализировать публичные 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

	<p>(платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации</p> <ul style="list-style-type: none"> - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире 	
<p>ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>

<p>мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании</p>	<p>особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации Уметь: - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.</p>	
<p>конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств</p>	<p>Знать: - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности</p>	<p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности; - создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, 	<p>процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления;</p> <p>основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков;</p> <ul style="list-style-type: none"> - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности; 	
--	---	--

<p>соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ;</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований 	
<p>- применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды коммуникационных кампаний и мероприятий - роль медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - теоретические инструменты о способе творческой деятельности журналиста как совокупности процессуально-инструментальных особенностей, которые сложились в ходе развития журналистики; особенности профессионально-творческой деятельности журналиста в условиях массового информационного обмена; специфику организаторской работы журналиста и профессиональные способы, необходимые для ее осуществления; основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, с функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфику и структуру спортивной пресс-службы; об основных формах участия пресс-службы в планировании, организации, конструировании массовых информационных потоков; - место и роль массовой информации, СМИ в структуре массовых коммуникаций; особенности технических средств массовой коммуникации; основные положения теории и практики массовой информации <p>Уметь:</p>	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

<p>практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе; - навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью 	<ul style="list-style-type: none"> - учитывать результатов исследований в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий - применять возможности медиапланирования в подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий. - осваивать на практике все процедуры профессионального анализа журналистского текста с последующей оценкой его качества; выявлять специфические черты журналистского произведения; использовать знания о сущности средств массовой информации в практической деятельности; - создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; проводить необходимые мероприятия для СМИ; - применять в практической деятельности специалиста по связям с общественностью произведения журналистского творчества; осуществлять постоянное взаимодействие и поддерживать контакты с представителями СМИ. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований - готовностью использовать возможности медиапланирования в 	
--	---	--

	<p>подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий</p> <ul style="list-style-type: none"> - общими закономерностями развития журналистики как творческой деятельности в практически значимых проявлениях; системой понятий, представляющих журналистское творчество как профессиональную деятельность со сложной структурой, определяющей многообразие профессиональных обязанностей журналиста; современной методологией и методикой анализа как отдельной журналистской статьи, так и журналистского процесса в целом - принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе; - навыками журналистского творчества; основами законодательства о СМИ, рекламе и деятельности структур связей с общественностью; профессионально-этическими нормами и правилами журналистской деятельности; формами взаимодействия СМИ и служб связей с общественностью. 	
<p>ПК-12 способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации</p>		
<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных 	<p>Низкий (пороговый) уровень (удовлетворительно)</p>

<p>(бенчмаркинг)</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; 	<p>социологических исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет 	
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть 	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику 	<p>Средний уровень (хорошо)</p>

<p>формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире. 	<p>русской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления русской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов 	
	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предназначение и содержание деятельности по связям с общественностью и её значение для экономики (и/или культуры, социального развития) и страны (и/или мира, регионов); - знать базовые технологии информационной бизнес-разведки и конкурентного анализа (бенчмаркинг) - знание технологий поиска информации онлайн и оффлайн, - знание основных методов качественных и количественных социологических исследований 	<p>Высокий уровень (отлично)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - знание технологии экспертного интервью - важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития человечества; роль и место цивилизаций прошлого и современности, специфику российской цивилизации в общеисторическом и мировом контексте; многообразие культур и цивилизаций в их взаимодействии; Уметь: - осуществлять сбор информации, анализировать публичные (платные и бесплатные) и внутрикорпоративные источники информации - организовывать социологические исследования - готовить отчет - осуществлять таймменеджмент - свободно ориентироваться в истории культурных, социально-экономических и политических процессов Российской цивилизации; раскрыть формы проявления российской цивилизации в различных сферах общественной жизни и деятельности: в культурной, рекламной, хозяйственной деятельности; в политической и государственной жизни; в особенностях быта; формах общения; Владеть: - навыком работы с большими объемами информации; - навыком интервьюирования внешних и внутренних экспертов - понимать принципы функционирования и структуры медиа-рынка конкретной отрасли - владение методом конкурентного анализа - способностью анализировать культурные, социальные и 	
--	---	--

	политически значимые проблемы и процессы в стране и в мире.	
--	---	--

5.1 Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Организация образовательного процесса дисциплины «Профессиональная этика» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предполагает активное и нелинейное взаимодействие педагога и обучающихся в решении учебных задач, достижение на этой основе лично значимого для них образовательного результата. На занятиях-лекциях используются следующие формы интерактивных технологий: лекция-беседа, лекция-дискуссия, проблемная лекция, коллективное обсуждение, мозговой штурм и т.д.

В учебный процесс дисциплины «Профессиональная этика» включаются также формы информационно-коммуникационных образовательных технологий – организация образовательного процесса, основанная на применении специализированных программных продуктов и технических средств работы с информацией.

Примеры форм учебных занятий с использованием информационно-коммуникационных технологий:

Лекция-визуализация – изложение содержания сопровождается презентацией (демонстрацией учебных материалов, представленных в различных знаковых системах, в т.ч. иллюстративных, графических, аудио- и видеоматериалов).

Практические занятия в форме презентации – представление исследовательской деятельности с использованием специализированных программных средств.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет не менее 20% аудиторных занятий.

Таблица 10- Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Профессиональная этика» на очной форме обучения

Семестр	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
2	ПР	Практическое занятие в форме семинара-дискуссии «Основные принципы этики деловых отношений».	2
	ПР	Практическое занятие «Природа и сущность этики деловых отношений» в форме деловой игры.	2
	ПР	Практическое занятие «Деловые переговоры: стратегии, стадии и тактические приемы» в форме деловой игры.	2

	ПР	Практическое занятие «Правила подготовки и проведения служебных совещаний» в форме презентации.	2
	ПР	Практическое занятие «Психология речевого поведения» в форме тренинга	2
	ПР	Практическое занятие «Конфликт и стратегия поведения в конфликтной ситуации» в форме деловой игры и решение конкретных ситуаций.	2
	ПР	Практическое занятие-коллоквиум	2
	ПР	Практическое занятие в форме круглого стола	2
Итого:			16

Таблица 11 - Интерактивные образовательные технологии, используемые при проведении аудиторных занятий (контактная работа обучающихся с преподавателем) по дисциплине «Профессиональная этика» на заочной форме обучения

Курс	Вид занятия (Л, ПР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
1	ПР	Практическое занятие в форме семинара-дискуссии «Основные принципы этики деловых отношений».	1
	ПР	Практическое занятие «Природа и сущность этики деловых отношений» в форме деловой игры.	1
	ПР	Практическое занятие «Деловые переговоры: стратегии, стадии и тактические приемы» в форме деловой игры.	1
	ПР	Практическое занятие «Правила подготовки и проведения служебных совещаний» в форме презентации.	1
Итого:			4

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Для организации контроля знаний обучающихся используется комплект оценочных средств, включающий в себя:

1. Практические аудиторные задания по темам дисциплины.

2. Практические самостоятельные задания по темам дисциплины.

3. Тестовые задания по темам дисциплины.

Формами диагностического контроля лекционной части данной дисциплины могут являться устные опросы и собеседования и т.д.

Текущий контроль призван, с одной стороны, определить уровень продвижения обучающихся в изучении материала, а с другой стороны – показать эффективность выбранных средств и методов обучения.

Формы контроля могут варьироваться в зависимости от содержания раздела текущего контроля. Ими могут являться коллоквиумы, анализ конкретных профессиональных ситуаций, мониторинг результатов семинарских и практических занятий и др. Формы такого контроля выполняют одновременно и обучающую функцию.

Промежуточная аттестация зачет — направлен на определение уровня сформированности компетенций по дисциплине в целом. Фонд оценочных средств согласно установленного порядка прилагается. Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, осваивающих дисциплину «Профессиональная этика».

Перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- коллоквиум;
- выполнение тестового задания;
- реферат.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Оценочные средства по дисциплине размещены в электронной образовательной среде академии. Комплект оценочных средств по дисциплине согласно утвержденной форме прилагается.

Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Профессиональная этика»

1. Этика – наука о морали, ее предмет. Роль морали как всеобщего регулятора поведения людей в обществе.
2. Философия как методологическая основа профессиональной этики. Этика и мораль.
3. Сущность и структура морали.
4. Свойства морали (нормативность, императивность, оценочность).
5. Нравственный императив и принцип свободы человека.
6. Основные функции и принципы морали.
7. Профессиональная этика, ее содержание.
8. Основные этапы исторического развития этических учений.
9. Понятие и содержание основных категорий этики.
10. Общечеловеческие начала этики.
11. Специфика и роль морали в условиях развития современного общества.
12. Категории «добра» и «зла».

13. Долг, совесть, ответственность в работе рекламодателя.
14. Профессионально-значимые личностные качества будущего рекламодателя.
15. Понятие и сущность морали. Соотношение морали и права.
16. Нравственная свобода выбора.
17. Понятие, признаки и виды социальных норм. Их иерархия.
18. Моральное сознание и моральная практика.
19. Понятие и виды профессиональной этики. Соотношение профессиональной этики и деонтологии.
20. PR-этика – вид этики профессиональной.
21. Современные концепции профессиональной этики.
22. Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности.
23. Кросс-культурные и иные нарушения этики.
24. Этика рекламной деятельности, как процесс, регулируемый «по общественному договору».
25. Нарушение рекламной этики, как источник опасности для общества.

7. Учебно-методическое обеспечение дисциплины (модуля)

Дисциплина «Профессиональная этика» обеспечивается необходимой учебной, учебно-методической и специализированной литературой.

7.1 Основная литература

1. Психология делового общения. Практикум (для бакалавров). Учебное пособие : учебное пособие / Н.В. Бордовская, С.Н. Костромина, Е.В. Зиновьева и др. — Москва : КноРус, 2019. — 240 с.
Режим доступа: <https://www.book.ru/book/929675/view2/1>
2. Психология делового общения (для бакалавров). Учебник : учебник / Н.В. Бордовская и др. — Москва : КноРус, 2019. — 291 с.
Режим доступа: <https://www.book.ru/book/929674/view2/1>
3. Разин А.В. Этика: Учебник / А.В. Разин. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 416 с. - (Высшее образование: Бакалавриат)
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=984076>
4. Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2017. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат).
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=766750>

7.2 Дополнительная литература

1. Марьева М.В. Русский язык в деловой документации : учебник / М.В. Марьева. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 323 с.

Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=774280>

2. Гойхман О.Я. Русский язык и культура речи: Учебник / Гойхман О.Я., Гончарова Л.М., Лапшина О.Н., - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 240 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=556774>
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения : учебник / Г.В. Бороздина. — 2-е изд. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 295 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=762215>
4. Кузнецов И.Н. Деловой этикет: Учебное пособие / И.Н. Кузнецов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 348 с.
Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=461190>

7.3 Периодические издания

1. PR в России-<http://elibrary.ru>
2. PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект- <http://elibrary.ru>
3. Гуманитарные исследования- <http://znanium.com/>

7.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. ИНИОН – <http://www.inion.ru>
2. Российская государственная библиотека – <http://www.rsl.ru>
3. Библиотека М. Мошкова – <http://www.lib.ru>
4. Московский научный общественный фонд – <http://www.mpst.org>
5. Национальная электронная библиотека - <http://nel.nns.ru>
6. Библиографическая поисковая система «Букинист» - <http://bukinist.agava.ru>
7. Предметно-ориентированная логическая библиотечная сеть – <http://www.libweb.ru>
8. Научная электронная библиотека- **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**

7.5 Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Профессиональная этика» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Профессиональная этика»

Вид учебных занятий, работ	Организация деятельности обучающегося
----------------------------	---------------------------------------

Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать 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, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.
Домашние задания	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.

Учебный материал по дисциплине «Профессиональная этика» разделен на логически завершённые части (модули), после освоения которых, предусматривается опрос и выполнение практических заданий. Все виды практических заданий оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого обучающегося. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Профессиональная этика» базовый блок профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность.

Дисциплина «Профессиональная этика» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение конкретных задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии (семинаре). Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачет.

7.7 Методические указания к курсовой работе и другим видам самостоятельной работы

В системе обучения обучающихся заочной формы обучения большое значение отводится самостоятельной работе. Написанная контрольная работа должна показать их умение работать с историческими источниками и литературой, продемонстрировать навыки

аналитического мышления, глубокое и всестороннее изучение темы, а также способность научно изложить полученные результаты.

При выполнении самостоятельной контрольной работы обучающимся необходимо:

Выбрать тему для написания контрольной работы (для удобства проверки контрольной работы преподавателем выбирается номер темы, соответствующий номеру зачетки обучающегося).

Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.

После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам контрольной работы: введению, основной части работы и заключению.

Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написана работа.

Основная часть работы должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании самой работы не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

В заключении контрольной работы следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

Контрольная работа должна содержать список использованных источников.

Требования к оформлению контрольной работы

1. На титульном листе работы указывается тема контрольной работы, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и специальность, а также адрес обучающегося и его место трудоустройства.

2. Текст работы должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

3. Объем работы должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

4. Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

5. Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика контрольных работ составляется на основе списка экзаменационных вопросов.

Тематика контрольных работ по дисциплине «Профессиональная этика»

1. Содержание и соотношение понятий «этика», «мораль» «нравственность».
2. Глобализация проблемы нравственности в современном мире.
3. Профессиональная мораль как один из срезов общественной нравственности.
4. Место профессиональной этики в общепрофессиональной подготовке студента.
5. Профессионализм, слагаемые профессионализма.
6. Профессиональная этика: предмет, структура, основные виды.
7. Структура профессиональной морали.
8. Нравы профессиональной среды.
9. Виды профессиональной этики: общее и особенное.
10. Моральная ответственность за социальные последствия профессиональной деятельности.
11. Формы существования профессиональной морали.
12. Групповое сознание в профессиональной деятельности и его проявление
13. Функции норм профессиональной этики.
14. Этические нормы поведения в профессии
15. Ролевая структура личности в профессии «Реклама и связи с общественностью».
16. Принципы кодексов профессиональной этики.
17. Основные направления формирования должностной морали в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью.
18. Профессиональная нравственность.
19. Нравственное воспитание в жизни общества.
20. Нравственное поведение.
21. Основы этики деловых отношений.
22. Основы управленческой этики.
23. Правила деловых отношений.
24. Этика деловых отношений в разных культурах.
25. Этикет делового человека.

Контрольная работа № 1

Тема: «Теоретические основы этики как науки о морали. Основные проблемы теории морали».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Мораль и право. Особенности и сущность моральной регуляции.
2. Функции морали. Дилеммы морального поведения. Понятие моральной ценности.
3. Мораль и нравы. Специфика национальных нравов и роль в сфере управления.

Контрольная работа № 2

Тема: «Основные этические теории и их значение в жизни человека и общества».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

4. Виды этической теории. Утилитаристская и абсолютистская этика.
5. Особенности гуманистической и авторитарной этики. Этическая теория Э. Фромма.
6. Понятие индивидуальной и социальной этики.

Контрольная работа № 3

Тема: «Основы политической этики».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Политика и мораль. Проблема обоснования политической этики.
2. Этика политического конфликта и базовые ценности современного демократического общества. Этика переговорного процесса.
3. Принципы и нормы современной парламентарской этики. Проблема предупреждения конфликтов интересов.
4. Справедливость как социальная и политическая добродетель.

Контрольная работа № 4

Тема: «Этика и экономика: этические аспекты экономической деятельности»

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Обоснование предмета и сферы действия экономической этики.
2. Государство и бизнес: этика отношений (мировой и российский опыт).

Контрольная работа № 5

Тема: «Законодательное и общественное нормирование этической составляющей рекламной деятельности».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Этика рекламы как процесс, регулируемый законодательно.
2. Этика рекламной деятельности как процесс, регулируемый «по общественному договору».
3. Нарушение этики рекламной деятельности как источник опасности для общества.

Контрольная работа № 6

Тема «Анализ причин несоблюдения установленных обществом этических норм рекламной деятельности».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Прямые нарушения законодательства.
2. Кросс-культурные и иные нарушения этики.

Контрольная работа № 7

Тема «Моральные и этические проблемы современной рекламной деятельности».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Морально-нравственные аспекты бюрократизма в рекламной деятельности.
2. Коррупция как социальная и этическая проблема.
3. Конфликты интересов в сфере рекламной деятельности и механизм их регулирования.
4. Этика оказания влияния и проблема регулирования лоббистской деятельности.

Контрольная работа № 8

Тема «Этические требования к специалисту в сфере рекламной деятельности».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль нравственных характеристик рекламной деятельности.
2. Современные требования к моральному облику специалиста по рекламе.
3. Мотивация этического поведения и способы повышения нравственного уровня специалистов в сфере рекламной деятельности.

Контрольная работа № 9

Тема «Управленческая культура и этика служебных отношений в сфере рекламной деятельности».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Понятие и проблемы современной культуры управления в сфере рекламной деятельности.
2. Общие закономерности межличностных отношений и их влияние на поведение в коллективе.
3. Этика служебных отношений.
4. Этикет как элемент духовной культуры специалиста по рекламе: нравственная основа, функции и принципы служебного этикета.

Контрольная работа № 10

Тема «Служебная этика руководителя».

При изучении данной темы следует обратить внимание на следующие вопросы:

1. Место и роль руководителя в сфере рекламной деятельности. Понятие «органических функций» руководителя.
2. Культурный облик руководителя: общие, конкретные и специфические нравственные качества руководителя.
3. Руководитель и подчиненный: этика приказов и поручений.

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противоположного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу.

Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

1. Выбрать тему для написания реферата.

2. Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.

3. После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.

4. Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.

5. Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

6. В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

7. Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое — 3 см; правое — 1 см; верхнее, нижнее — 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом

TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Примерная тематика рефератов по дисциплине «Профессиональная этика»

1. Предмет этики как науки
2. Понятие о профессиональной этике
3. Правила профессиональной этики социального педагога
4. Происхождение профессиональной этики
5. История развития профессиональной этики в России
6. Возникновение и развитие профессиональной этики в России
7. Возникновение и развитие профессиональной этики в социальной сфере в России
8. Этические нормы деловых связей, деловых отношений в России
9. Профессиональная этика. Основные принципы профессиональной этики
10. Профессия и специальность
11. Профессионализм как нравственная черта личности
12. Виды профессиональной этики
13. Кодексы профессиональной этики
14. Кодекс профессиональной этики социального педагога
15. Взаимосвязь этики и этикета
16. Правила поведения с точки зрения этики и этикета
17. Основные элементы делового этикета
18. Приветствия. Представления. Обращения. Субординация

19. Этикет в культуре внешности
20. Невербальные средства общения
21. Функции и виды общения. Общение в профессии социального педагога
22. Специфика ведения бесед, встреч в работе социального педагога
23. Культура делового общения по телефону
24. Правила поведения в общественных местах
25. Этикет деловых приемов и презентаций
26. Особенности межкультурной коммуникации
27. Национальные особенности делового общения
28. Европейская деловая культура (Англия, Франция, Испания, Германия).
29. Североамериканская деловая культура (США, Канада)
30. Деловая культура востока и арабских стран (Япония, Корейская республика, Китай, Арабские страны)

7.8 Программное обеспечение современных информационно-коммуникационных технологий

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и программными продуктами. Содержание представлено в локальной сети вуза. Предполагается использование доступных Интернет-ресурсов через поисковые системы: Яндекс, Google.

Таблица 13 — Возможность доступа обучающихся к электронным ресурсам учебно-методических документов

№	Наименование электронного ресурса	Принадлежность	Ссылка на ресурс	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование	Доступность
1	2	3	4	5	6
1	Web-ресурс «Электронная образовательная среда»	собственный	http://185.18.111.102/moodle/index.php	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
2	Коллекция CD и DVD в фонде научной библиотеки Академии ИМСИТ	собственный	Компакт-диски (CD-ROM и DVD-ROM)	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	Полная коллекция - в электронном читальном зале научной библиотеки
3	«Электронно-библиотечная система	сторонний	http://znanium.com	ООО «Научно-издательский центр «ИНФРА-М». Договор	С любых компьютеров имеющих доступ

	ZNANIUM.COM»			№ 2500 эбс от - 25.09.2017 г. Срок действия - до 25.09.2018 г.	к сети интернет по паролю
4	ЭБС «Айбукс.ру/ibooks.ru»	сторонний	http://ibooks.ru/	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г. Срок действия - до 25.01.2019 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет по паролю
5	Электронные Периодические издания	сторонний	http://elibrary.ru	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
6	Справочно-правовая база «Консультант Плюс»	сторонний	Локальная сеть Академии ИМСИТ	Консультант-Плюс в г. Краснодаре Договор о сотрудничестве № ИП-2 от 24.05.2007 г. действует по настоящее время	С компьютеров Академии
7	Web-ресурс «Официальный сайт Академии ИМСИТ»	собственный	http://imsit.ru	НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ» (г. Краснодар)	С любых компьютеров имеющих доступ к сети интернет
8	Учебно-методические компьютерные комплексы «Диполь» (12 МОДУЛЕЙ)	собственный	Локальная сеть академии PSS:\DIPOL\	Корпорация «Диполь» ЗАО, Договор №24/М от 31 марта 2015 года от поставке учебно-методических компьютерных комплексов	С компьютеров локальной сети академии

8. Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы, ее визуальный характер, предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с ограничением двигательных функций;
- с нарушениями слуха.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, имеется наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и лифтов.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для обучающихся -инвалидов по следующим видам нарушения здоровья: опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для инвалидов вследствие сердечно-сосудистых заболеваний, оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально – техническое обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер или ноутбук, оборудование мульти-медиа (проектор), доска). Мультимедиа-проектор необходим для демонстрации электронных презентаций по разделам дисциплины.

Перечень электронных ресурсов необходимых для изучения дисциплины представлен в таблице 11.

Таблица 11 - Перечень электронно-библиотечных систем

№	Наименование ресурса	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
1	ЭБС Znanium	ООО «ЗНАНИУМ». Договор № 2500 эбс от 25.09.2017 г.	с 25.09.2017 г. по 24.09.2018 г.
2	Научная электронная библиотека eLibrary (ринц)	ООО «Научная электронная библиотека» (г. Москва). Лицензионное соглашение № 7241 от 24.02.12 г.	бессрочно
3	ЭБС IBooks	ООО «Айбукс». Договор № 19-01/18-К от 25.01.2018 г.	с 25.01.2018 по 25.01.2019 г.
4	ЭБС Book.ru	ООО «КноРус медиа». Договор №18491866 от 26 апреля 2018 г.	Срок действия до 26 апреля 2019 г.

Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Перечень программных средств информационно-коммуникационных технологий, задействованных в образовательном процессе по дисциплине

Перечень лицензионного программного обеспечения, реквизиты
--

подтверждающего документа	
1.	ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.
2.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.
3.	Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice, Mozilla Firefox

Перечень средств материально-технического обеспечения для обучения по дисциплине представлен в таблице 13.

Таблица 13 - Перечень средств материально-техническое обеспечение для обучения по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Специальные помещения		
Аудитории для проведения занятий лекционного типа (Л)		
ауд. 404, 301-303, 202, 206, 212, 210, 225, 227, 230	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Аудитории для проведения занятий семинарского типа (СТ), курсовых работ (курсовых проектов) (КР), групповых (ГКонс) и индивидуальных консультаций (ИКонс), текущего контроля (ТК) и промежуточной аттестации (ПА)		
236, 237, 238, 401,402, 403, 410,412	мультимедийный проектор (переносной или стационарный), ноутбук (переносной) доска парты, или столы со стульями	Программное обеспечение (ноутбук) по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Google Chrome, LibreOffice.
Помещения для самостоятельной работы		
Компьютерный класс ауд. 114	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 20 компьютеров с выходом в интернет	1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок

		<p>действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft SQL Server 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft SQL Server Management Studio 2017. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>10. CorelDRAW Graphics Suite X5 (15+1шт) Corel License Certificate № 4090614 от 15.03.2012.</p> <p>11. Microsoft Office стандартный 2010</p>
--	--	--

		<p>(20шт). Microsoft Open License №48587685 от 27.05.2011.</p> <p>12. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>13. Autodesk 3ds Max 2016. Письмо от 19.08.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>14. Autodesk AutoCAD 2016 — Русский (Russian). Письмо от 19.06.2016 подтверждающее право использования по программе Autodesk Education Community (Autodesk Education Team).</p> <p>15. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>16. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>17. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
<p>Компьютерный класс ауд. 114а</p>	<p>16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 16 компьютеров с выходом в интернет, проектор, проекционный экран, сетевая академия CISCO.</p>	<p>1. ОС – Windows 10 Pro RUS. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи</p>

		<p>прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Project профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>6. Microsoft Visio профессиональный 2016. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visual Studio Enterprise 2015. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, Oracle VM VirtualBox, StarUML V1, Arduino Software (IDE) , Oracle Database 11g Express Edition.</p> <p>9. Embarcadero RAD Studio XE8 (10шт.). Сублицензионный договор №Tr000019973 от 23.04.2015 (ЗАО СофтЛайн Трейд).</p> <p>10. Adobe Reader DC. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p> <p>11. Adobe Flash Player. Adobe Acrobat Reader DC and Runtime Software distribution license agreement for use on personal computers от 31.01.2017</p>
Читальный зал	16 посадочных мест, рабочее место преподавателя, 17 компьютеров с выходом в интернет	<p>1. ОС – Windows XP Professional RUS. (Коробочная версия Vista Business Starter (17шт.) и Vista Business Russian Upgrade Academic Open (17шт) - Лицензионный сертификат № 42762122 от 21.09.2007.</p> <p>2. 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных</p>

		<p>заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)</p> <p>3. Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный (320шт). Договор № ПР-00018475 от 16.11.2017 (ООО Прима АйТи) сроком на 1 год.</p> <p>4. Microsoft Access 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>5. Microsoft Office 2007 Russian. Лицензионный сертификат № 42373687 от 27.06.2007</p> <p>6. Microsoft Project профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>7. Microsoft Visio профессиональный 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>8. Microsoft Visual Studio 2010. Подписка Microsoft Imagine Premium Акт передачи прав № Tr046356 от 04 августа 2017, Счет № Tr000168154 от 28 июня 2017 (Прима АйТи). Срок действия – 1 год.</p> <p>9. Программное обеспечение по лицензии GNU GPL: 7-Zip, Blender, GIMP, Google Chrome, Inkscape, LibreCAD, LibreOffice, Maxima, Mozilla Firefox, Notepad++, StarUML V1.</p>
--	--	---