

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ

« ____ » _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Правовые и этические аспекты в рекламе и
связях с общественностью

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

Бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

РСО в ГМУ, РСО в КС

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

очная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижний Новгород

2022 год

Лист актуализации

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Председатель МК

___ 20__ г.

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры

Протокол от ___ 20__ г. № ___
Зав. кафедрой _____

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

«Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части Блока 1 ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 2 году обучения в 3 семестре.

Целями освоения дисциплины «Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью» являются формирования у бакалавров общих теоретических представлений о роли и задачах связей с общественностью в современном мире, о целях, формах и методах их практического осуществления, а также об основных направлениях и технологиях связей с общественностью.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине**	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы.	Уметь применять необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы Знать необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы; Владеть навыками практического применения в профессиональной деятельности необходимых для ее осуществления правовых норм.	<i>Собеседование, дискуссия, творческое задание</i>
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10. 1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы.	Знать перечень основных нормативных правовых актов о противодействии коррупции и их общих положений; понятие состава коррупционного правонарушения и ответственность за его	<i>Собеседование, дискуссия, творческое задание</i>

		<p>совершение</p> <p>Уметь ориентироваться в системе противодействия коррупции; находить эффективные решения в профессиональной деятельности с целью профилактики коррупции и борьбы с нею</p> <p>Владеть навыками применения мер по профилактике коррупции</p>	
<p><i>ОПК-5</i></p> <p>Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>ОПК-5.2. (по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью")</p> <p>Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>	<p>Уметь осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;</p> <p>Знать теоретические основы рекламы и PR; принципы и правила создания рекламы и принципы работы в сфере связей с общественностью;</p> <p>Владеть навыками формирования общественного мнения, приемами создания рекламы, производства коммуникационного продукта в сфере связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p><i>Собеседование, дискуссия, творческое задание</i></p>

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная форма	Заочная форма
--	--------------------	----------------------

	обучения	обучения
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ	ЗЕТ
Часов по учебному плану	108	
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа): - занятия лекционного типа - занятия семинарского типа	34	
самостоятельная работа	38	
Промежуточная аттестация – экзамен/зачет	зачет	

3.2. Содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе												Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы														
				из них														
	Очная	Очно-заочная	Заочная	Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа			Занятия лабораторного типа			Всего					
Очная				Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная				
Тема 1. Этика как наука и этика PR. Предмет Этики PR-деятельности. Общая характеристика этических категорий.	12			4											4			
Тема №2. Профессиональная этика PR-специалиста. Моральные критерии PR-	12			4											4			

деятельности.																	
Тема 3. Тема 3. Этические аспекты деятельности специалиста PR. Личность PR- специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	12			4											4		
Тема № 4. Профессиональные кодексы PR- деятельности: этический анализ.	12			4											4		
Тема №5. Этическая составляющая в планировании, организации и проведении политических PR- компаний	12			2											2		
Тема №6. Этические стандарты деятельности PR- специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.	20			2											2		
Тема №7. Коммуникации в практике PR и их анализ с точки зрения этики.	14			6											6		
Тема №8. Нравственные критерии национальных культур и условия	10			4											6		

адаптации к ним PR-специалиста.																	
Тема №9. Этика в цифровой среде	10		6											8			
Итого	108		34											38			

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на зачете. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Бакалавру, осваивающему дисциплину «Правовые и этические аспекты в рекламе и связях с общественностью», необходимо не только освоить лекционный материал, но и ознакомиться с научной литературой, рекомендуемой преподавателем к прочтению, подготовить ответы на вопросы, изложенные в планах практических заданий, выработать практические рекомендации и найти выход из предложенных к заданиям ситуаций. Студентам важно понять, что дисциплина носит как теоретический, так и прикладной, практический характер. В ходе подготовки к каждому практическому занятию магистранту необходимо: прочитать соответствующую литературу, составить категориальную схему базовых понятий, акцентировать внимание на характеристике этических кодексов, подготовить для ответа в аудитории выписки из этических кодексов, ответить на вопросы для самоконтроля.

4. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций	
	Не зачтено	зачтено
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок
	Невозможность оценить полноту знаний вследствие	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.

	отказа обучающегося от ответа	
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	<p>Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.</p> <p>Продemonстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов</p>
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	<p>Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами</p> <p>Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач</p>

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
зачтено	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «зачтено»
не зачтено	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «не зачтено»

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

Вопрос	Код компетенции (согласно РПД)
1. Мораль и этика: определения понятий и история их развития.	УК-2, УК-10, ОПК-5
2. Профессиональная этика как наука и проблема практики.	УК-2, УК-10, ОПК-5
3. Понятие трудовой и профессиональной морали.	УК-2, УК-10, ОПК-5

4. Зарождение и развитие профессиональной морали специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
5. Сущность и основные функции профессиональной морали специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
6. Международные кодексы профессиональной этики специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
7. Российские кодексы профессиональной этики специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
8. Профессионально-этическое сознание специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
9. Проблема сознательного выбора.	УК-2, УК-10, ОПК-5
10. Категории, определяющие профессионально-нравственную позицию специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
11. Базовые профессионально-этические принципы.	УК-2, УК-10, ОПК-5
12. Профессионально-нравственные отношения специалистов по связям с общественностью с читателями.	УК-2, УК-10, ОПК-5
13. Профессионально-нравственные отношения специалистов по связям с общественностью с источником информации.	УК-2, УК-10, ОПК-5
14. Трудовой коллектив и нормы служебной этики.	УК-2, УК-10, ОПК-5
15. Нормы этики в рамках госслужбы. Этический кодекс госслужащего.	УК-2, УК-10, ОПК-5
16. Этические нормы отношений с журналистами.	УК-2, УК-10, ОПК-5
17. Разрешение конфликтов с журналистами: этический аспект.	УК-2, УК-10, ОПК-5
18. Разрешение конфликтов с общественностью: этический аспект.	УК-2, УК-10, ОПК-5
19. Профессиональные корпорации как органы этической саморегуляции специалистов по связям с общественностью.	УК-2, УК-10, ОПК-5
20. Экономическая, правовая и деонтологическая природа этических коллизий и поиск путей их разрешения.	УК-2, УК-10, ОПК-5

6.2.2. Типовые задания для оценки сформированности компетенции УК-2, УК-10, ОПК-5

Типовое задание по теме 3 «Этические аспекты деятельности специалиста PR. Личность PR-специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования».

Письменная работа – смысл категорий «профессиональный долг», «профессиональная ответственность», «профессиональная совесть», «профессиональное достоинство», «профессиональная честь», «профессиональная репутация».

Типовое задание по теме 4 «Профессиональные кодексы PR-деятельности: этический анализ».

Творческая работа – Этические кодексы как нормативное закрепление стандартов профессионального поведения.

Типовое задание по теме 6 «Этические стандарты деятельности PR-специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы».

Письменная работа – написание эссе на тему «Этика как нравственный компонент профессиональной культуры специалистов по связям с общественностью».

Типовое задание по теме 7 «Коммуникации в практике PR и их анализ с точки зрения этики».

Кейсы – работы в группах и решение ситуаций.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Варакута Сергей Алексеевич. Связи с общественностью: Учебное пособие. Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/go.php?id=371726>

2. Капто А. С. Профессиональная этика. - М. ; Ростов н/Д: Изд-во СКАГС, 2006. - 799 с

3. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью. Учебник Онлайн, 2017 [Электронный ресурс] <https://uchebnik.online/cvyazi-obshchestvennostyu-uch/rossiyskiy-kodeks-professionalnyih-eticheskikh-20850.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Бузин В.Н. , Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. Москва Дашков и К-, 2012. [Электронный ресурс] <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7793>

2. Громова Л.А. Этический кодекс как ресурс эффективного PR // Профессиональная этика в PR и реклама : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (2; 28-29 июня, 2002; Санкт-Петербург). - СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. - С. 3-6.

3. Калиева О.М., Лухменева Е.П. Реклама в коммерческой деятельности: учебное пособие. Оренбург Оренбургский государственный университет, 2012. [Электронный ресурс] <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7715>

4. Манн И. Б. Маркетинг на 100%: ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу. Москва Издательство "Манн, Иванов и Фербер", 2013.

5. Музыкант Валерий Леонидович. Интегрированные маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. Москва Издательский Центр РИОР Москва ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2013. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/go.php?id=350959>

6. Михненко Павел Александрович. Общий менеджмент. Москва ООО Синергия ПРЕСС, 2013. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/go.php?id=451358>

7. Муртазина Г.Х. Этика связей с общественностью и культура управления : учеб. пособие / Г.Х. Муртазина. – 2005. – 83 с.

8. Орехов Сергей Адамович. Корпоративный менеджмент. Москва Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2013. [Электронный ресурс] <http://znanium.com/go.php?id=415590>

9. Профессиональная этика в PR и рекламе : материалы второй Всерос. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 28-29 июня 2002 г. / [редкол.: А.В. Чечулин (отв. ред.) и др.]. - СПб. : Изд-во РГПУ, 2003 (РТП РГПУ). - 119 с.

10. Самгин С.В. Этика российских связей с общественностью - A Potentia ad Actum // Актуальные инновационные исследования : наука и практика. – 2011. - № 3. – С. 10.

11. Солдатов А.А. Этические аспекты публичных рилейшнз // Профессиональная этика в PR и реклама : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (2; 28-29 июня, 2002; Санкт-Петербург). - СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2003. - С. 117-118.

7.3. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова;
2. <http://mediahubble.ru/> онлайн-платформа для работников медиаиндустрии;
3. <http://www.advertology.ru/> информационно-справочный портал индустрии рекламы представляет информацию по широкому кругу вопросов, связанных с теорией и практикой рекламной деятельности;
4. <http://press-service.ru/terms/202/> Профессиональная этика;
5. <http://www.raso.ru/> - российская ассоциация по связям с общественностью.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: компьютерный класс, оргтехника; доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № от ..2022 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью».

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО _____.

Автор (ы) к.пол.наук Болдина К.А.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____