

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
В.В. Мацуга

Рабочая программа дисциплины

Профессиональная этика в PR и рекламе

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойницына

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

БК-2 Способен использовать этические принципы в профессиональной деятельности

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОБК-2.1 Знает основы и принципы профессиональной этики в соответствующей области профессиональной деятельности

РОБК-2.2 Умеет проектировать решение профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики

2. Задачи освоения дисциплины

– иметь представление об основах и принципах профессиональной этики специалиста по рекламе и связям с общественностью.

– демонстрировать готовность к проектированию решения профессиональных задач с учетом принципов профессиональной этики.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Первый семестр, экзамен.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 16 ч.

-практические занятия: 20 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Раздел 1 Этические основания рекламной и PR-деятельности

Тема 1.1 Место профессиональной этики в системе философской этики. Основные понятия.

Тема 1.2 Моральные ценности и их роль в профессиональной жизни. Общечеловеческие ценности, ценности делового сообщества, профессиональные ценности. Ситуация морального выбора: точки опоры в профессиональной сфере.

Тема 1.3 Институционализация связей с общественностью как фактор становления этики бизнеса.

Раздел 2 Управление коммуникациями «этичной» корпорации

Тема 2.1 Корпорация как моральный субъект. Юридическая, социальная и моральная ответственность: соотношение понятий и анализ кейсов.

Тема 2.2 Корпоративная социальная ответственность (КСО) как проявление этики бизнеса. Генезис и эволюция концепции КСО (ESG, система комплаенс-контроля). Формы проявления КСО. Способы формирования и поддержания репутации компании с помощью программ КСО в цифровую эпоху (кейсы).

Тема 2.3. Понятие корпоративной культуры. Индикаторы корпоративной культуры и этики. Моральный кодекс корпорации: типы, функции, алгоритм создания. Актуальные способы формирования и поддержания корпоративной культуры: HR-брендинг, вовлечение в ценности бренда посредством цифровых и сетевых коммуникаций (кейсы).

Раздел 3 Проблемы саморегулирования в сфере PR и рекламы

Тема 3.1 Особенности законодательного регулирования и саморегулирования в сфере PR и рекламы.

Тема 3.2 Роль профессиональных сообществ в саморегулировании в сфере PR и рекламы. Профессиональные кодексы в сфере PR и рекламы.

Тема 3.3. Субъекты PR и рекламной (коммуникационной) индустрии и этические проблемы их взаимодействия в цифровую эпоху.

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, выполнения практических (проектных, творческих) заданий, анализа кейсов и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Экзамен в первом семестре проводится в письменной форме по билетам. Экзаменационный билет состоит из двух частей: теоретического вопроса и кейса. Продолжительность экзамена 1,5 часа.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в LMS ТГУ - IDO (Moodle) - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) Электронных презентаций к лекционным занятиям по дисциплине (высылаются на почту группы).

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература (есть в НБ):

– Алексина Т. А. Деловая этика: учебник для вузов / Т. А. Алексина. - Москва: Юрайт, 2024. - 384 с. URL: <https://urait.ru/bcode/536119>

– Виговская М. Профессиональная этика и этикет: учебное пособие для бакалавров / М. Е. Виговская. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. - 144 с. URL: <https://www.iprbookshop.ru/102277.html>

– Малиновская Н. М. Профессиональная этика / Малиновская Н. М.. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 260 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/183743>

– Колесников А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. - Москва: Юрайт, 2024. - 167 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/537129>

б) дополнительная литература:

– Алексеев А. В. Парус или тормоз: как работать с корпоративной культурой / Александр Алексеев. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2021. - 223 с.

– Ашманов И. С. Цифровая гигиена / Игорь Ашманов, Наталья Касперская. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2022. - 398, [1] с. (НБ)

– Горфинкель В. Я. Корпоративная социальная ответственность : учебник для вузов / В. Я. Горфинкель [и др.] ; под редакцией В. Я. Горфинкеля, Н. В. Родионовой.. - Москва : Юрайт, 2024. - 490 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/536046> (НБ)

– Егоренко А. О. Тайм-менеджмент: учебник для вузов / Егоренко А. О., Кожина В. О. - Санкт-Петербург: Лань, 2024. - 148 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/367487> (НБ)

– Колесниченко О. PR по-азиатски. Честно о коммуникациях в Центральной Азии / Колесниченко Олеся. - Санкт-Петербург : Питер, 2022. - 191 с. (НБ)

– Коротков Э. М. Корпоративная социальная ответственность : учебник и практикум для вузов / Э. М. Коротков [и др.] ; под редакцией Э. М. Короткова.. - Москва : Юрайт, 2024. - 404 с - (Высшее образование) URL: <https://urait.ru/bcode/555924> (НБ)

– Крамер И. Как управлять корпоративным племенем: прикладная антропология для топ-менеджера: Научно-популярная литература. - Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 406 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=368690> (НБ)

– Реклама социальных проектов: методическое пособие : [для сотрудников НКО, студентов, обучающихся по направлению подготовки "Реклама и связи с общественностью"] / А. Л. Абаев, Г. Г. Вельская, А. Г. Жилиев [и др.] ; под общ. ред. Г. Г. Вельской. - 5-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2023. - 93 с. (НБ)

– Фаер С. А. Траблшутинг: как решать нерешаемые задачи, посмотрев на проблему с другой стороны / Сергей Фаер. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 222, [2] с. (НБ)

в) ресурсы сети Интернет:

– Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rkn.gov.ru/>

– Сайт Федеральной антимонопольной службы РФ – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fas.gov.ru/>

– Сайт Саморегулируемой организации «Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovetreklama.ru/>

– Сайт Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>

– Сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью (РАСО) - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://raso.ru/>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>
- Общероссийская Сеть Консультант Плюс Справочная правовая система. <http://www.consultant.ru>
- Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) – <https://www.fedstat.ru/>

в) платформы социальных медиа:

- Вконтакте – российская социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com>
- Rutube – российский видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Автор программы и преподаватель дисциплины: Гужова И.В., к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., д. филос. наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.