

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Институт мировой экономики и бизнеса экономического факультета
(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Этика PR-деятельности
(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Связи с общественностью
(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Этика PR-деятельности» является понимание учащимися значения этики в коммуникационной деятельности и умение применять приобретенные знания к решению конкретных задач морального выбора, этическому анализу конфликтных ситуаций.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Этика PR-деятельности» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними
		УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта
		УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений;
		УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Этика PR-деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Этика PR-деятельности».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
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	Правоведение, Основы менеджмента, Политология	Преддипломная практика

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Этика PR-деятельности» составляет 4 зачетных единиц.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр							
		1	2	3	4	5	6	7	
Контактная работа, ак.ч.	34						34		
Лекции (ЛК)	17						17		
Лабораторные работы (ЛР)	-								
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17						17		
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	110						110		
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.									
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	144						144	
	зач.ед.	4						4	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Этика как наука и этика PR	Тема 1.1. Нравственные основания PR деятельности.	ЛК, СЗ
	Тема 1.2. Особенности профессиональной этики, место PR в системе профессиональной морали.	ЛК, СЗ
	Тема 1.3. PR в исторической практике и в истории этической мысли.	ЛК, СЗ
	Тема 1.4. Четыре модели PR деятельности.	ЛК, СЗ
	Тема 1.5. Шесть теоретических моделей, 6 способов аргументации в современной этике.	ЛК, СЗ
Раздел 2. Сферы и направления	Тема 2.1. PR в политике и моральные критерии PR деятельности.	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
деятельности PR специалиста	Тема 2.2. Этика бизнеса и PR в коммерческой деятельности.	ЛК, СЗ
	Тема 2.3. Нравственные ограничения рекламы.	ЛК, СЗ
	Тема 2.4. Средства массовой информации и этические стандарты деятельности PR специалиста.	ЛК, СЗ
	Тема 2.5. Глобальное человечество: нравственные особенности разных культур и условия адаптации к ним PR специалиста.	ЛК, СЗ
	Тема 2.6. Правила этикета, стратегии успеха, влияние и нравственные ограничения.	ЛК, СЗ
Раздел 3. Кодексы PR деятельности: этический анализ	Тема 3.1. Общая направленность организационной деятельности в области публичных отношений.	ЛК, СЗ
	Тема 3.2. Сравнение разных кодексов PR деятельности.	ЛК, СЗ
Раздел 4. Личность PR специалиста	Тема 4.1. Личность PR специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенства.	ЛК, СЗ
	Тема 4.2. Личное совершенство и совершенство в исполнении общественных функций.	ЛК, СЗ

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной напольный).
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	презентаций.	(стационарный или переносной настольный).
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве ___шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной настольный).
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	демонстрационное оборудование: мультимедийный проектор; допускается использование переносной аппаратуры ноутбук и проектор; экран (стационарный или переносной настольный).

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [текст/электронный ресурс] : Учебное пособие для студентов вузов / А.Н. Чумиков. - 2-е изд., испр. и доп. ; Электронные текстовые данные. - М. : Аспект Пресс, 2014, 2016, 2017. - 159 с. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/3546>

Дополнительная литература:

1. Авраамов Д.С. Профессиональная этика журналиста. М., 1999.
2. Алехина И.В. Имидж и этикет в бизнесе. М.: Дело, 2003.
3. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджеров М, ИКФ «ЭКМОС» 2002.
4. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Прикладная этика. Тюмень, 2001.
5. Василенко А.Б. ПИАР крупных российских корпораций М., ГУ ВШЭ, 2002.
6. Волченко Л.Б. Гуманность, деликатность, вежливость и этикет. М.: Изд-во МГУ, 1992.
7. Дубко Е.Л. Политическая этика. Академический проект; Трикта, 2005.
8. Дьюи Дж. Введение в философию воспитания. М.,1921.
9. Йонас Г. Принцип ответственности: Опыт этики для технологической цивилизации. М.: Айрес-пресс, 2004.
10. Капустин Б.Г. Моральный выбор в политике. М.: КДУ: Изд-во МГУ, 2004.
11. Кара-Мурза С.Г. Манипулирование сознанием. М.: Алгоритм, 2000.

12. Катлдип, Скотт М., Сентер Алэн Х., Брум Гелен М. Паблик рилейшинз. Теория и практика (8-е изд.) М., Издательский дом «Вильямс» 2001.
13. Королько В. Г. К вопросу о социальной роли и этике паблик рилейшинз.
14. <http://www.i-soc.com.ua/rus/u2000.html>
15. Макиавелли Н. Государь. М., 2003.
16. Макиавелли Н. Размышления над первой декадой Тита Ливия // Государь. М., 2003.
17. Макинтаир А. После добродетели. М.: Академический проект, Екатеринбург: Деловая книга, 2000.
18. Ньюсом Д, Ван Слаик Терк Д., Крукеберг Д., Теория и практика паблик рилейшинз М., «Инфра-М», 201.
19. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. Этика Бизнеса. М.: Дело, 2000.
20. PR сегодня: новые подходы, исследования. Международная практика. М., Инфра-М, 2002.
21. Почепцов Г.Г. Паблик Рилейшинз для профессионалов. М., 2003.
22. Разин А.В. Этика М., Академический проект, 2006.
23. Ролз Дж. Теория справедливости. Новосибирск, Издательство Новосибирского университета, 1995.
24. Рикер П. Герменевтика, этика, политика. М., РАН, 1995.
25. Рих А. Хозяйственная этика. М., Посев, 1996.
26. Руссо Ж.Ж. Эмиль // Руссо Ж.Ж. Избр. соч. в 3-х т. Т. 1. М., 1961.
27. Смитт А. Богатство наций.
28. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., Наука, 2000.
29. Этика. Под ред. А.А.Гусейнова, Е.Л.Дубко. М., 2003.

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>
- интернет-платформа Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг (РАМУ) <https://ramu.ru/>
- информационный портал <https://www.sostav.ru/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Этика PR-деятельности».
2. Комплект заданий для подготовки к практическим занятиям по дисциплине «Этика PR-деятельности».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Этика PR-деятельности» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

<https://esystem.rudn.ru/mod/resource/view.php?id=268230>

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

РАЗРАБОТЧИКИ:

Доцент, кафедра рекламы и
бизнес-коммуникаций

Должность, БУП



Подпись

Осмоловская А.В.

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Кафедра рекламы и бизнес-
коммуникаций

Должность, БУП



Подпись

Трубникова Н.В.

Фамилия И.О.