



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Московской области

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по
учебно-методической работе
Н.В. Бабина
« 14 » 2022 г.

**ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА**

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ»**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии
и рекламная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2022

Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.


Автор: *Чернышова А.Г.* Рабочая программа дисциплины (модуля): **Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы – Королев МО: «Технологический университет», 2022.**

Рецензент: *Лапшинова К.В.*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол №9 от 12.04.2022 года.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Кирилина Т.Ю., д.с.н., профессор 				
Год утверждения (переутверждения)	2022	2023	2024	2025	
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 8 от 21.03.2022				

Рабочая программа согласована:
Руководитель ОПОП ВО  *Т.Ю. Кирилина, д.соц.н, профессор*

Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:

Год утверждения (переутверждения)	2022	2023	2024	2025	
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 4 от 12.04.2022				

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

Целью дисциплины является формирование представлений о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности и развитие способности у будущих специалистов в области рекламы и PR к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации.

В процессе обучения студент приобретает и совершенствует следующие **общефессиональные компетенции:**

(УК-10) - способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

(ОПК-5) - способность 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;

(ОПК-7) - способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Основными **задачами** дисциплины являются:

овладение теоретико-методологической базой исследования морали как социального регулятора профессиональной деятельности;

- формирование системного представления о предмете и назначении этики как наука;
- формирование представлений о специфике нравственной регуляции общественных отношений;
- формирование системного представления о профессионально-нравственных представлениях в рекламе и PR-деятельности;
- формирование у студентов целостной системы знаний о профессиональной морали как совокупности идеалов и ценностей в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- овладение профессионально-нравственными требованиями к специалистам по рекламе и связям с общественностью;
- формирование умений и навыков применения положений этической теории в профессиональной деятельности.

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

Трудовые действия:

- - Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных

процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

владеет навыками выявления составляющих коррупционного поведения;

- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Необходимые умения:

- Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению в экономической, политической, культурной и социальной сферах

Необходимые знания:

- Знает основные антикоррупционные законы;
- Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- - цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин.

Изучение данной дисциплины базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «**Введение в коммуникационные специальности**» и компетенциях: ОПК-4, ОПК-5.

Дисциплина направлена на формирование и совершенствование общепрофессиональных компетенций.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: промежуточная аттестация в форме зачета в 5 учебном семестре при очной форме обучения и на 4 курсе при заочной форме обучения.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Социология рекламы и связей с общественностью», «Философия» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Таблица 1

Виды занятий	Всего часов	Семестр ...	Семестр ...	Семестр ...	Семестр 5
Общая трудоемкость	72				72
ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Аудиторные занятия	32				32
Лекции (Л)	16				16
Практические занятия (ПЗ)	16				16
Лабораторные работы (ЛР)	-				-
Самостоятельная работа	40				40
Курсовые, расчетно-графические работы	-				-
Контрольная работа, домашнее задание	+				+
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Тест				+
Вид итогового контроля	Зачет				Зачет
ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ					
Виды занятий	Всего часов	Семестр ...	Семестр ...	Семестр 4	Семестр ...
Аудиторные занятия	72			72	
Лекции (Л)	4			4	
Практические занятия (ПЗ)	8			8	
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Самостоятельная работа	60			60	
Курсовые, расчетно-графические работы	-			-	
Контрольная работа, домашнее задание	+			+	
Текущий контроль знаний (7 - 8, 15 - 16 недели)	Тест			-	
Вид итогового контроля	Зачет			Зачет	

4. Содержание дисциплины

4.1 Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час.	Практические занятия, час	Занятия в интерактивной форме, час	Код компетенций
Тема 1. Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы. Содержание и основные понятия . Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение.	4/1	4/1	2/1	ОПК-5, ОПК-7
Тема 2. Изменчивое и устойчивое в морали	2/-	2/1	1/-	ОПК-5, ОПК-7
Тема 3. Специфика нравственной регуляции общественных отношений.	2/1	2/1	1/-	УК-10, ОПК-5, ОПК-7
Тема 4. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования.	2/1	2/2	1/1	ОПК-5, ОПК-7
Тема 5. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей	2/-	2/1	1/1	УК-10 ОПК-5, ОПК-7
Тема 6. Профессионально-нравственные требования к специалистам по рекламе и связям с общественностью.	4/1	4/2	2/1	УК-10, ОПК-5, ОПК-7
Итого:	16/4	16/8	8/4	

4.2 Содержание тем дисциплины

Тема 1. Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы. Содержание и основные понятия.

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение. Этика как «практическая философия». Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.). Этика как явление духовной культуры.

Тема 2. Изменчивое и устойчивое в морали.

Мораль: понятие и сущность. Характерные особенности морали как социального феномена. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.

Тема 3. Специфика нравственной регуляции общественных отношений.

Нравственная социализация. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики. Золотое правило нравственности. Специфика нравственных отношений.

Тема 4. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования.

Категорический императив Канта. Моральные запреты. Теории ценностей М. Шелера, М. Хайдеггера и Н. Гартмана. Структура индивидуального нравственного сознания.

Тема 5. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей

Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности

Тема 6. Профессионально-нравственные требования к специалистам по рекламе и связям с общественностью.

Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов. Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКOC, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Российская Декларация этических принципов в СО. Сходства и различия в кодексах по СО. Минимальные стандарты качества деятельности в СО (Хельсинская хартия). Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы».

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Структура фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) приведена в Приложении 1 к настоящему Положению.

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22311>. - ISBN 978-5-369-01642-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019763>
2. Деловое общение : учебное пособие / авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – 7-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 524 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496102>
3. Канке, В. А. Бизнес-этика : учебник / В.А. Канке. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 236 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/969194. - ISBN 978-5-16-014193-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/969194>

Дополнительная литература:

1. Разин А. В. Этика : учебник / А.В. Разин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 415 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <http://www.znanium.com>]. — <http://znanium.com/bookread2.php?book=984076>
2. Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22311>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1019763>
3. Семенов, Альберт Константинович. Психология и этика менеджмента и бизнеса : Учебное пособие / Технологический университет Московской области; Российский университет кооперации. - 10. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 274 с. - ISBN 978-5-394-03599-9. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1091119>
4. Гречушкина, Н.В. Этика: теоретический курс : [16+] / Н.В. Гречушкина ; Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского». – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-

Шанского, 2018. – 79 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576668>

5. Профессиональная этика: практикум : [16+] / сост. Е.А. Терещенко, Л.М. Балакирева, В.М. Волкова, Т.В. Воротилина и др. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. – 92 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563340>

6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/75182>

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

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. <http://znanium.com>
3. <https://e.lanbook.com/book/93317>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) приведены в Приложении 2 к настоящему Положению.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения:
Microsoft Office, PowerPoint.

Информационные справочные системы:

1. Электронно-библиотечная система ЭБС Университетская библиотека онлайн www.biblioclub.ru
2. Электронно-библиотечная система ЭБС ZNANIUM.COM (znanium.com)

Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ:

Рабочая программа и методическое обеспечение по курсу ««Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»».

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций / слайдов

Практические занятия:

- Аудитория, оснащенная мультимедийными средствами (проектор, ноутбук), демонстрационными материалами (наглядными пособиями).
- рабочее место преподавателя, оснащенное ПК с доступом в глобальную сеть Интернет ;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ
«ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ»
(Приложение 1 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2022

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)*	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части), обучающийся должен:		
				Необходимые знания	Необходимые умения	Трудовые действия
1	УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Тема 3, 5, 6	Знает основные антикоррупционные законы;	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению в экономической, политической, культурной и социальной сферах	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
2	ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности и тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирован	<i>Темы 1-6</i>	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях		Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

		ия;				
3	ОПК-7	способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	<i>Темы 1-6</i>	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности		Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Этапы и показатель оценивания компетенции	Критерии оценивания компетенции на различных этапах формирования и шкалы оценивания
УК-10 ОПК-5 ОПК-7	Доклад в форме презентации	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> •компетенция освоена на продвинутом уровне – 4 балла; •компетенция освоена на базовом уровне – 3 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 2 и менее баллов</p>	<p>Проводится устно с использованием мультимедийных систем, а также с использованием технических средств</p> <p>Время, отведенное на процедуру – 10 - 15 мин.</p> <p>Неявка – 0.</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Соответствие представленной презентации заявленной тематике (1 балл). 2.Качество источников и их количество при подготовке доклада и разработке презентации (1 балл). 3.Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4.Качество самой представленной презентации (1 балл). 5.Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл). <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p> <p>Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры – для текущего контроля. Оценка проставляется в электронный журнал.</p>
УК-10 ОПК-5	Тестирование	А) полностью сформирована (компетенция освоена	Проводится письменно/в эл виде. Время, отведенное на процедуру - 30 минут.

ОПК -7		<p>на <u>высоком</u> уровне) – 90% правильных ответов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> • компетенция освоена на <u>продвинутом</u> уровне – 70% правильных ответов; • компетенция освоена на <u>базовом</u> уровне – от 51% правильных ответов; <p>В) не сформирована (<u>компетенция не сформирована</u>) – менее 50% правильных ответов</p>	<p>Неявка – 0 баллов.</p> <p>Критерии оценки определяются процентным соотношением.</p> <p>Неудовлетворительно – менее 50% правильных ответов.</p> <p>Удовлетворительно - от 51% правильных ответов.</p> <p>Хорошо - от 70%.</p> <p>Отлично – от 90%.</p> <p>Максимальная оценка – 5 баллов</p>
УК-10 ОПК-5 ОПК -7	Выполнение контрольной работы	<p>А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 5 баллов</p> <p>Б) частично сформирована:</p> <ul style="list-style-type: none"> •компетенция освоена на <u>продвинутом</u> уровне – 4 балла; •компетенция освоена на <u>базовом</u> уровне – 3 балла; <p>В) не сформирована (компетенция не освоена) – 2 и менее баллов</p>	<p>Проводится в письменной форме</p> <p>Критерии оценки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Соответствие содержания реферата заявленной тематике (1 балл). 2.Качество источников и их количество при подготовке работы (1 балл). 3.Владение информацией и способность отвечать на вопросы аудитории (1 балл). 4.Качество самой представленной работы (1 балл). 5.Оригинальность подхода и всестороннее раскрытие выбранной тематике (1 балл). <p>Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p> <p>Результаты оценочной процедуры представляются обучающимся в срок не позднее 1 недели после проведения процедуры – для текущего контроля. Оценка проставляется в электронный журнал.</p>
УК-10	Письменное	А) полностью сформирована	1. Проводится в форме

<p>ОПК-5 ОПК -7</p>	<p>задание</p>	<p>(компетенция освоена на <u>высоком</u> уровне) – 5 баллов Б) частично сформирована: • компетенция освоена на <u>продвинутом</u> уровне – 4 балла; • компетенция освоена на <u>базовом</u> уровне – 3 балла; В) не сформирована (компетенция <u>не сформирована</u>) – 2 и менее баллов</p>	<p>письменной работы 2.Время, отведенное на процедуру – 10 - 15 мин. Неявка – 0. Критерии оценки: 1.Соответствие ответа заявленной тематике (0-5 баллов). Максимальная сумма баллов - 5 баллов.</p>
-------------------------	----------------	---	--

3. 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

Тематика докладов в презентационной форме:

1. Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение.
2. Этика как «практическая философия».
3. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.
4. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).
5. Этика как явление духовной культуры.
6. Мораль: понятие и сущность.
7. Характерные особенности морали как социального феномена.
8. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание.
9. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности.
10. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.
11. Нравственная социализация.
12. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность.
13. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики.
14. Золотое правило нравственности.
15. Специфика нравственных отношений.
16. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения
17. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.
18. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности
19. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
20. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.
21. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
22. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста;.
23. Кодекс профессиональных стандартов PRSA
24. Российская Декларация этических принципов в связях с общественностью.
25. Сходства и различия в кодексах по связям с общественностью.
26. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

Тематика реферата:

1. Принципы профессиональной этики:
2. Этическое регулирование рекламной деятельности в России
3. Этическое регулирование рекламы: зарубежный опыт
4. Этика как явление духовной культуры.
5. Деятельность Общественной комиссии по этике и добросовестности в рекламе
6. Деятельность Общественного Совета по рекламе, его основные задачи
7. Социальная ответственность специалиста по рекламным коммуникациям.
8. Использование рекламодателем пропагандистских приемов с целью воздействия на потребительскую аудиторию -
9. Органы саморегулирования в области рекламы в России.
10. Основным направлением деятельности Рекламного совета России (РСР)
11. Основные задачи Российского отделения Международной ассоциации рекламы
12. Государственное регулирование этичности рекламы.
13. Саморегулирование этики рекламной деятельности.
14. Расовая и национально-культурная этичность рекламы
15. Этичность рекламы по отношению к лицам с физическими и/или иными недостатками, инвалидам
16. Нарушение этики рекламной деятельности
17. Расовые и этнические стереотипы в рекламе
18. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения
19. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.
20. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности
21. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
22. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.
23. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
24. Изменчивое и устойчивое в морали.
25. Специфика нравственной регуляции общественных отношений.

Тестовые задания

ТЕСТ

1. **Этика – это наука о:**
2. Человеческом поведении

3. Морали
4. Прекрасном

2. Совесть это –

1. Внутренне принимаемое (добровольное) обязательство, «обязанность человека,
2. Способность личности самостоятельно формулировать нравственные обязанности и реализовывать нравственный самоконтроль.
3. Достойные уважения и гордости моральные качества человека; его соответствующие принципы

3. Что НЕ входит в структуру морали:

1. Моральная регуляция,
2. Моральные отношения (нравственная практика)
3. Моральный кодекс

4. Что НЕ является характерной особенностью морали как социального феномена?

1. Предписания морали носят универсальный характер
2. Умеренность близкая к аскетичности
3. Стремление к свободе

5. Что НЕ относится к нравственным принципам?

1. Принцип вседозволенности
2. Принцип согласия с действительностью
3. Признание человеческой жизни высшей ценностью
- 4.

6. Ценности – это:

1. Значимые для человека материальные и идеальные объекты, обобщенные, устойчивые представления о чем-то как о предпочитаемом;
2. Философская и духовная проблема, имеющая отношение к определению конечной цели существования, предназначения человечества,
3. Совокупность фундаментальных научных установок, представлений и терминов, принимаемая и разделяемая научным сообществом и объединяющая большинство его членов

7. Когда был Принят Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью?

1. В 1991 году
2. В 2001 году
3. В 2014 году

8. Согласно теории З. Фрейда «Оно» это:

1. Первичная, врожденная инстанция, изначально иррациональная и подчиненная принципу удовольствия;

2. Структура, образующуюся под влиянием социальной среды и ее запретов во время процесса социализации и постепенно принимающая на себя функцию нравственного сознания
3. Разумная инстанция, основанная на принципе реальности.

9. Как определял мораль Э.Дюркгейм?

1. Как общественную аномию
2. Как общественное заблуждение
3. Как социальную солидарность

10. 3. Бауман занимался вопросами морали:

1. Постиндустриального общества
2. Аграрного общества
3. Первобытного общества

11. Кто ввел в научный оборот понятие «маргинальная личность»?

1. О.Конт
2. Р.Парк
3. Э.Дюркгейм

12. Какой процесс исследовал М.Вебер в работе «Протестантская этика и дух капитализма»?

1. Переход от традиционного общества к буржуазному с точки зрения морали
2. Проблему адаптации личности в постиндустриальном обществе
3. Проблему национализма в индустриальном обществе

13. Что такое маргинальность?

1. Высшая степень духовного развития
2. Аморальность
3. Промежуточное положение человека между социальными группами и статусами

14. Кто автор нравственного категорического императива?

1. И. Кант;
2. Э. Дюркгейм;
3. Э. Фромм;

15. Каковы стадии духовного развития общества, согласно закону социального прогресса О. Конта.

1. Рабовладельческая, феодальная, информационная;
2. Теологическая, метафизическая, позитивная;
3. Примитивная, традиционная, позитивная;

16. Что относится к формам человеческой свободы?

1. Свобода от любых отношений;

2. Свободный полёт;
3. Игра и творчество;

17. Что такое «экзистенциальная фрустрация»?

1. Психологический термин, характеризующий состояние человека, отказавшегося от всех ценностей;
2. Сильное огорчение в процессе познания;
3. Утрата человеком смысла жизни.

18. К. Маркс выделял типологию личности с точки зрения:

1. Природной принадлежности человека;
2. Биологических потребностей человека;
3. Экономических формаций.

19. Что такое аномия?

1. Моральный кризис, когда в результате социальных потрясений перестает нормально функционировать система общественного регулирования потребностей человека;
2. Способ воспроизводства ценностей культуры, который опирается на материальные практики и определяет их;
3. Одно из самых активных состояний и проявлений человеческой свободы

20. Р. Мертон называл инновацией

1. Принятие человеком социально одобряемых целей и отвержение социально одобряемых типовых средств их достижения
2. Забвение целей и превращение средства в самоцель
3. Отвержение целей и средств

21. В структуру духовной сферы жизни общества входят:

1. Религия, политика, мораль, искусство, наука;
2. Религия, медицина, образование, искусство, наука;
3. Религия, мораль, искусство, наука, право, образование;

22. Назовите работу Дюркгейма, посвященную проблеме морали: нравственности:

1. «Элементы социологии»
2. «О разделении общественного труда»
3. «Правила социологического метода»

23. Что относится к основным духовным потребностям?

1. Потребность в материальных благах;
2. Потребность в пище;
3. Потребность в самовыражении;

24. Нравственная социализация это –

1. Процесс усвоение человеком знаний об обществе
2. Процесс усвоения индивидом нравственных норм, ценностей, принципов.
3. Процесс усвоение человеком правил поведения

25. Моральная атмосфера общества это –

1. Система нравственных отношений, мотивов действий, чувств и сознания, лежащих в основе поступков и взаимодействий людей в трудовом коллективе;
2. Нравственная среда, в которой формируется и подрастающее поколение, оставляет все меньше места духовности, нравственным ценностям;
3. Относительно самостоятельное, устойчивое нравственное состояние общества, его среда, которая проявляется как совокупность главных, постоянно повторяющихся нравственных отношений и соответствующего им морального сознания.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формой контроля знаний по дисциплине «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» являются две текущих аттестации в виде тестов и одна промежуточная аттестация в виде зачета в устной или письменной форме (на усмотрение преподавателя).

Неделя текущего контроля 3 семестр	Вид оценочного средства	Код компетенций, оцениваемых знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
7-8	тестирование	УК-10 ОПК-5 ОПК-7	20 вопросов	Компьютерное тестирование ; время отведенное на процедуру -30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка -0 Удовлетворительно - от 51% Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%.

15-16	тестирование	УК-10 ОПК-5 ОПК-7	20 вопросо в	Компьютерн ое тестирование; время отведенное на процедуру – 30 минут	Результаты тестировани я предоставля ются в день проведения процедуры	Критерии оценки определяются процентным соотношением. Не явка -0 Удовлетворительно - от 51% правильных ответов. Хорошо - от 70%. Отлично – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
17	Зачет	УК-10 ОПК-5 ОПК-7	2 вопроса	Зачет проводится в устной форме, путем ответа на вопросы. Время отведенное на процедуру – 20 минут.	Результаты предоставля ются в день проведения зачета	Критерии оценки: «Отлично»: • знание основных понятий предмета; • умение использовать и применять полученные знания на практике; • работа на семинарских занятиях; • знание основных научных теорий, изучаемых предметов; • ответ на вопросы билета. «Неудовлетворительно» • демонстрирует частичные знания по темам дисциплин; • незнание основных понятий предмета; • неумение использовать и применять полученные знания на практике; • не работал на семинарских занятиях; • не отвечает на вопросы.

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся, согласно приказу «О внедрении новой балльно-рейтинговой системы контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся» № 01-04/428 от 25 сентября 2020 г.

Типовые вопросы, выносимые на зачет:

Зачет проводится в устной форме путем ответа на 2 вопроса из прилагаемого списка:

1. Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение.
2. Этика как «практическая философия».
3. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.
4. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).
5. Этика как явление духовной культуры.
6. Мораль: понятие и сущность.
7. Характерные особенности морали как социального феномена.
8. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание.
9. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности.
10. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.
11. Нравственная социализация.
12. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность.
13. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики.
14. Золотое правило нравственности.
15. Специфика нравственных отношений.
16. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения
17. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.
18. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности
19. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
20. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.
21. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
22. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста.;
23. Кодекс профессиональных стандартов PRSA
24. Российская Декларация этических принципов в связях с общественностью.
25. Сходства и различия в кодексах по связям с общественностью.
26. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

***ИНСТИТУТ ПРОЕКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
И ИНЖЕНЕРНОГО БИЗНЕСА***

КАФЕДРА ГУМАНИТАРНЫХ И СОЦИАЛЬНЫХ ДИСЦИПЛИН

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

**«ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ»
(Приложение 2 к рабочей программе)**

Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль: Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность

Уровень высшего образования: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Королев
2022

1. Общие положения

Целью дисциплины является формирование представлений о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности и развитие способности у будущих специалистов в области рекламы и PR к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации.

Основными **задачами** дисциплины являются:

овладение теоретико-методологической базой исследования морали как социального регулятора профессиональной деятельности;

- формирование системного представления о предмете и назначении этики как науки;
- формирование представлений о специфике нравственной регуляции общественных отношений;
- формирование системного представления о профессионально-нравственных представлениях в рекламе и PR-деятельности;
- формирование у студентов целостной системы знаний о профессиональной морали как совокупности идеалов и ценностей в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью;
- овладение профессионально-нравственными требованиями к специалистам по рекламе и связям с общественностью;
- формирование умений и навыков применения положений этической теории в профессиональной деятельности.

2. Указания по проведению практических (семинарских) занятий

Практическое занятие 1. Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы. Содержание и основные понятия

Вид практического занятия: смешанная форма ведения практического занятия.

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение.

Этика как «практическая философия».

Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.

Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).

Этика как явление духовной культуры.

Продолжительность занятия: 4 ч/1ч

Практическое занятие 2. Изменчивое и устойчивое в морали

Вид практического занятия: смешанная форма ведения практического занятия.

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Мораль: понятие и сущность.
 2. Характерные особенности морали как социального феномена.
 3. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание.
 4. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности.
 5. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.
- Продолжительность занятия: 2 ч.

Практическое занятие 3. Специфика нравственной регуляции общественных отношений

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.
Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Нравственная социализация.
2. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность.
3. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики.
4. Золотое правило нравственности.

Специфика нравственных отношений

Продолжительность занятия: 2 ч

Практическое занятие 4. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования.

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.
Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Категорический императив Канта.
2. Моральные запреты.
3. Теории ценностей М. Шелера, М. Хайдеггера и Н. Гартмана.
4. Структура индивидуального нравственного сознания.

Продолжительность занятия: 2 ч /1ч

Практическое занятие 5. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.
Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения
2. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.

3. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности

4. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.

Продолжительность занятия: 2 ч/1ч

Практическое занятие 6. Профессионально-нравственные требования к специалистам по рекламе и связям с общественностью

Вид практического занятия: смешанная форма практического занятия.

Образовательные технологии: групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.

2. Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста;

3. Кодекс профессиональных стандартов PRSA,

4. Российская Декларация этических принципов в СО. Сходства и различия в кодексах по СО.

5. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

Продолжительность занятия: 4 ч/1ч

3. Указания по проведению лабораторного практикума

Не предусмотрено учебным планом

4. Указания по проведению самостоятельной работы студентов

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Виды СРС
1	Тема 1. Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы. Содержание и основные понятия	Презентации по темам: 1. Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение. 2. Этика как «практическая философия». 3. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики. 4. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.). 5. Этика как явление духовной культуры.
2	Тема 2. Изменчивое и устойчивое в морали.	Презентации по темам: 6. Мораль: понятие и сущность. 7. Характерные особенностей морали как

		<p>социального феномена.</p> <p>8. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание.</p> <p>9. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности.</p> <p>10. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.</p> <p>1.</p>
3	<p>Тема 3. Специфика нравственной регуляции общественных отношений</p>	<p>Презентации по темам:</p> <p>5. Нравственная социализация.</p> <p>6. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность.</p> <p>7. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики.</p> <p>8. Золотое правило нравственности.</p> <p>9. Специфика нравственных отношений.</p>
4	<p>Тема 4. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального долженствования</p>	<p>Презентации по темам:</p> <p>5. Категорический императив Канта.</p> <p>6. Моральные запреты.</p> <p>7. Теории ценностей М. Шелера, М. Хайдеггера и Н. Гартмана.</p> <p>8. Структура индивидуального нравственного сознания.</p> <p>1.</p> <p>.</p>
5	<p>Тема 5. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей</p>	<p>Презентации по темам:</p> <p>5. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения</p> <p>6. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.</p> <p>7. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности</p> <p>8. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.</p>
6	<p>Тема 6. Профессионально-нравственные требования к специалистам по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>Презентации по темам:</p> <p>6. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.</p> <p>7. Этика и профессиональные стандарты в СО. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста;</p> <p>8. Кодекс профессиональных стандартов</p>

		PRSA, 9. Российская Декларация этических принципов в СО. Сходства и различия в кодексах по СО. 10. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.
--	--	---

5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения.

Учебным планом данного курса для бакалавров очной формы обучения предусмотрено написание одной контрольной работы, что является одним из условий успешного освоения ими основных положений данной дисциплины и служит допуском к сдаче зачета по курсу во время зачетной сессии.

Задания в контрольной работе разрабатываются преподавателем кафедры «Гуманитарных и социальных дисциплин» МГОТУ.

Цель выполняемой работы: Продемонстрировать знания и умения в области изучения дисциплины «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы, а также в сфере исследования, анализа и интерпретации полученных данных; показать умения в области систематизирования и обобщения изучаемой информации.

Основные задачи выполняемой работы:

1. Закрепление полученных ранее теоретических знаний;
2. Выяснение подготовленности бакалавра к будущей практической работе;

Процесс написания контрольной работы делится на следующие этапы:

1. Определение установленной темы контрольной работы
2. Изучение литературы, относящейся к теме контрольной работы
3. Оформление контрольной работы
4. Представление ее на кафедру для регистрации
5. Защита контрольной работы

Подготовку контрольной работы следует начинать с повторения соответствующих разделов учебника, учебных пособий, конспектов лекций.

Требования к содержанию контрольной работы:

В содержании контрольной работы необходимо показать знание рекомендованной литературы по данному заданию, при этом правильно пользоваться первоисточником и избегать чрезмерного цитирования. При использовании цитат необходимо указывать точные ссылки на используемый источник: указание автора (авторов), название работы, место издания, страницы. Кроме основной литературы рекомендуется использовать дополнительную литературу и источники сети Интернет (с детальным

указанием сайта, т.е. копирование ссылки и даты обращения). Если в период выполнения контрольной работы были приняты новые законы или нормативно-правовые акты, относящиеся к излагаемой теме, их необходимо изучить и использовать при ее выполнении. Важно обратить внимание на различные концептуальные подходы по исследуемой тематике.

В конце контрольной работы приводится полный библиографический перечень использованных нормативно-правовых актов (если они использовались) и источников.

Оформление библиографического списка осуществляется в соответствии с установленными нормами и правилами ГОСТ.

Порядок выполнения контрольной работы:

Контрольная работа излагается логически последовательно, грамотно, разборчиво. Работа должна иметь титульный лист. Он содержит полное название высшего учебного заведения, кафедра, реализующая данную дисциплину, название (тема) контрольной работы, фамилию, инициалы автора, также необходимо указать номер группы, фамилию и инициалы, а также должность, ученое звание и степень научного руководителя (преподавателя), проверяющего контрольную работу.

На следующем листе излагается план контрольной работы, который включает в себя: название всех разделов, введение и заключение, а также список литературы. Излагая вопрос (раздел) каждый смысловой абзац необходимо начать с красной строки. Закончить изложение вопроса следует выводом, итогом по содержанию данного раздела.

В конце работы ставится подпись магистранта и дата сдачи. Страницы контрольной работы должны быть пронумерованы. Номер страницы ставится в нижнем правом углу.

Объем контрольной работы должен составлять 10-15 страниц машинописного текста. Размер шрифта №14 (Times New Roman), полуторный интервал, стандартный лист формата А4. Поля: верхнее -20 мм, нижнее-20мм, левое -30 мм, правое -15 мм.

Дополнительно контрольная работа может иметь приложения (схемы, графики, диаграммы).

По всем возникающим вопросам обучающемуся следует обращаться за консультацией на кафедру. Срок выполнения контрольной работы определяется кафедрой. Срок проверки контрольной работы – 3 дня с момента необходимой фиксированной даты сдачи.

Порядок защиты контрольной работы:

Контрольная работа подлежит обязательной защите. В установленной преподавателем срок магистрант должен сдать контрольную работу и быть готов ответить на вопросы и замечания. Оценка работы производится по четырех бальной системе: «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО». После сдачи работы не возвращаются и хранятся в фонде кафедры.

Примерная тематика контрольной работы:

1. Этика как «практическая философия».

2. Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение.
3. Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики.
4. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.).
5. Этика как явление духовной культуры.
6. Мораль: понятие и сущность.
7. Характерные особенности морали как социального феномена.
8. Структура морали: моральная регуляция, моральные отношения (нравственная практика) и моральное сознание.
9. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности.
10. Моральные запреты. Ценности как основа моральной регуляции. Социальные функции морали.
11. Нравственная социализация.
12. Моральная атмосфера общества: понятие и сущность.
13. Взаимосвязь социологии морали и прикладной этики.
14. Золотое правило нравственности.
15. Специфика нравственных отношений.
16. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения
17. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология.
18. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности
19. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
20. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов.
21. Этика и профессиональные стандарты в связях с общественностью.
22. Виды Кодексов профессионального поведения PR-специалиста:
 - а. Кодекс профессиональных стандартов PRSA
23. Российская Декларация этических принципов в связях с общественностью.
24. Сходства и различия в кодексах по связям с общественностью.
25. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 228 с.

— (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22311>. - ISBN 978-5-369-01642-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019763>

2. Деловое общение : учебное пособие / авт.-сост. И.Н. Кузнецов. – 7-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 524 с. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496102>

3. Канке, В. А. Бизнес-этика : учебник / В.А. Канке. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 236 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/969194. - ISBN 978-5-16-014193-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/969194>

Дополнительная литература:

1. Разин А. В. Этика : учебник / А.В. Разин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 415 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа: <http://www.znanium.com>]. — <http://znanium.com/bookread2.php?book=984076>
2. Этика : учеб. пособие / А.М. Руденко, В.В. Котлярова, М.М. Шубина [и др.] ; под ред. А.М. Руденко. — М. : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 228 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — <https://doi.org/10.12737/22311>. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1019763>
3. Семенов, Альберт Константинович. Психология и этика менеджмента и бизнеса : Учебное пособие / Технологический университет Московской области; Российский университет кооперации. - 10. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 274 с. - ISBN 978-5-394-03599-9. URL: <http://znanium.com/go.php?id=1091119>
4. Гречушкина, Н.В. Этика: теоретический курс : [16+] / Н.В. Гречушкина ; Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского». – Липецк : Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2018. – 79 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576668>
5. Профессиональная этика: практикум : [16+] / сост. Е.А. Терещенко, Л.М. Балакирева, В.М. Волкова, Т.В. Воротилина и др. – Ставрополь : Северо-Кавказский Федеральный университет (СКФУ), 2018. – 92 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563340>
6. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. — 520 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/75182>

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://www.biblioclub.ru>
2. <http://znanium.com>
3. <https://e.lanbook.com/book/93317>

8. Перечень информационных технологий

Перечень программного обеспечения: MSOffice, PowerPoint

Информационные справочные системы: не предусмотрены курсом

Электронные ресурсы библиотеки МГОТУ

<http://www.biblioclub.ru>,

<http://znanium.com>

<https://e.lanbook.com/book/93317>