


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ имени А.Д.Крычкова»
 (НГУАДИ)

РПД одобрена
 Ученым советом НГУАДИ
 протокол № 17 от 28.02.2022

УТВЕРЖДАЮ
 Проректор по ОиМД
 И.В. Рязанцева
 " 28 " февраля 2022 г.

Этика рекламы

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Гуманитарных и социально-экономических дисциплин**
 Учебный план 42.03.01_2023_РиО.plx
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Профиль креативный продукт в сфере культуры и искусства

Форма обучения **очная**
 Общая трудоемкость **2 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 72
 в том числе:
 аудиторные занятия 30
 самостоятельная работа 42
 Виды контроля в семестрах:
 зачеты 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

| Семестр (<Курс>.<Семес тр на курсе>) | 7 (4.1) | | Итого | |
|--|---------|-----|-------|----|
| | УП | РП | | |
| Неделя | 15 | 5/6 | | |
| Вид занятий | УП | РП | УП | РП |
| Лекции | 16 | 16 | 16 | 16 |
| Практические | 14 | 14 | 14 | 14 |
| Итого ауд. | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Контактная работа | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Сам. работа | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Итого | 72 | 72 | 72 | 72 |

Программу составил(и):

д-р культурологии, доцент, Профессор кафедры ГИСЭД, Паршукова Г.Б.



Рецензент(ы):

к.и.н., доцент, Зав.кафедрой ГИСЭД, Романников О.Д.



Рабочая программа дисциплины

Этика рекламы

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

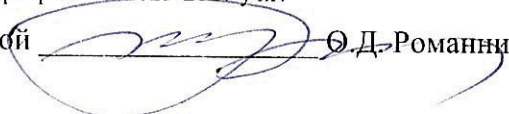
утвержденного учёным советом вуза от 28.02.2022 протокол № 17.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Гуманитарных и социально-экономических дисциплин

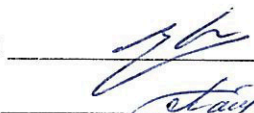
Протокол от 28.02.2022 г. № 07

Срок действия программы: 2023-2027 уч.г.

Зав. кафедрой  О.Д. Романников

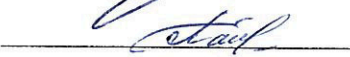
Согласовано:

Декан факультета



Е.Л. Соболева

Заведующий НТБ



Н.А.Патрушева

| 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|--------------------------------------|---|
| 1.1 | Целью освоения дисциплины «Этика рекламы» является формирование у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью профессиональных компетенций в области этичности рекламной деятельности в сфере культуры и искусства |

| 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП | |
|-------------------------------------|--|
| Цикл (раздел) ООП: | Б1.В |
| 2.1 | Требования к предварительной подготовке обучающегося: |
| 2.1.1 | Культурные институции и социальное взаимодействие |
| 2.1.2 | Маркетинговый анализ региональных художественных рынков |
| 2.1.3 | Производственная практика. Профессионально-творческая практика |
| 2.1.4 | Креативные технологии в рекламе и PR |
| 2.2 | Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее: |
| 2.2.1 | Организация музейно-выставочных проектов |
| 2.2.2 | Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы |
| 2.2.3 | Производственная практика. Преддипломная практика |

| 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|--|
| ПК-2: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности | |
| Знать: | |
| Уровень 1 | Особенности проведения маркетинговых мероприятий с учетом этических норм |
| Уровень 2 | Особенности правового статуса рекламодателей, производителей и распространителей рекламы, юридическую ответственность в сфере связей с общественностью и рекламы |
| Уметь: | |
| Уровень 1 | Подбирать этически оправданные методы и методики продвижения товаров и услуг в профессиональной деятельности |
| Уровень 2 | Анализировать актуальные проблемы, связанные с коллизиями в профильном законодательстве, правильно толковать нормы законодательства. |

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

| | |
|------------|---|
| 3.1 | Знать: |
| 3.1.1 | ПК-2.1.9 Особенности позиционирования на рынке услуг в сфере креативных индустрий, культуры и искусства, с учетом норм этики профессиональной деятельности; |
| 3.2 | Уметь: |
| 3.2.1 | ПК-2.2.9 Проводить исследования региональных арт-рынков и формулировать рекомендации по их развитию в сфере креативных индустрий; |
| 3.2.2 | ПК-2.2.10 Рассчитать эффективность маркетинговых мероприятий в сфере культуры и искусства с учетом норм этики профессиональной деятельности; |
| 3.3 | Владеть: |

| 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | | | | | | |
|---|--|----------------|-------|-------------|--------------------------|------------|
| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр / Курс | Часов | Компетенции | Литература | Примечание |
| | Раздел 1. Этика рекламы | | | | | |
| 1.1 | Профессиональная этика, место рекламной деятельности /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 | |
| 1.2 | Реклама в исторической практике и в истории этической мысли. Мировая практика и практика РФ /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 | |
| 1.3 | Этика коммерческой деятельности /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 | |

| | | | | | |
|------|--|---|----|------|----------------------------------|
| 1.4 | Реклама.Нравственные аспекты. /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.2 Л2.1 Э1 |
| 1.5 | Модели рекламной деятельности по Дж.Грунингу: модель пресс-агентов, общественной информации, двусторонняя асимметричная/симметричная /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.6 | Ситуативная этика, этика ответственности, этика дискурса /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.7 | Национальные и международные организации рекламной и PR деятельности /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.8 | Традиционные этические системы, идея защиты чести и достоинства граждан /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.9 | Принципы кодексов PRSA, Афинского кодекса, Кодекса международных бизнес коммуникаторов /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.10 | Рекламная деятельность в России: РАСО и российский кодекс PR /Пр/ | 7 | 4 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.11 | Личность специалиста по рекламе: критерии профессионального и нравственного совершенства" /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.12 | Стандарты публичного поведения /Пр/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.13 | Этические принципы работы специалиста по рекламе с различными возрастными аудиториями /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.14 | Этические и правовые ограничения, связанные с использованием детей в рекламе /Лек/ | 7 | 2 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |
| 1.15 | Подготовка к семинарским занятиям, подготовка к зачету /Ср/ | 7 | 42 | ПК-2 | Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Э1 |

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Этика рекламы"

5.2. Темы письменных работ

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Этика рекламы"

5.3. Фонд оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Этика рекламы"

5.4. Перечень видов оценочных средств

См. приложение 1 к рабочей программе дисциплины "Этика рекламы"

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---------------------------------|---|--|
| Л1.1 | Гонтарь, О. П., Романова, С. П. | Профессиональная этика: учебное пособие | Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2019 |
| Л1.2 | Виговская, М. Е. | Профессиональная этика и этикет: учебное пособие для бакалавров | Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021 |
| Л1.3 | Горскина, Л. С., Крумина, К. В. | Этика деловых отношений: учебное пособие | Омск: Омский государственный технический университет, 2019 |

| 6.1.2. Дополнительная литература | | | |
|--|--|---|---|
| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
| Л2.1 | Дорохина, Р. В. | Этика деловых отношений: практикум | Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020 |
| Л2.2 | Цвык В. А. | Профессиональная этика социолога: учебно-методическое пособие | Москва: Российский университет дружбы народов, 2017 |
| 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | | | |
| Э1 | ЭОР НГУАДИ по дисциплине "Этика рекламы". Режим доступа: https://portal.nsuada.ru/course | | |
| 6.3.1 Перечень программного обеспечения | | | |
| 7.3.1.1 | Windows 7 – операционная система, LibreOffice, Adobe Acrobat Reader DC, PowerPoint Viewer, Kaspersky Endpoint Security 10, 7-Zip x64. | | |
| 6.3.2 Перечень информационных справочных систем | | | |
| 7.3.2.1 | Электронная библиотечная система «IPRbooks» – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/ | | |
| 7.3.2.2 | Elibrary.ru: научная электронная библиотека – Режим доступа: https://elibrary.ru/ | | |

| 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|---|
| 7.1 | Учебная аудитория, оснащенная комплектом учебной мебели и мультимедийным оборудованием с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде НГУАДИ |

| 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) | |
|---|--|
| <p>Методические рекомендации по выполнению контрольной работы</p> <p>Контрольная работа – работа для оценки знаний и/или умений (по отдельной теме, разделу, дисциплине в целом). Контрольные работы могут быть представлены в различных вариантах: тест, конспект по отдельному вопросу, терминологический диктант и тп. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем перед ее выполнением. Как правило, контрольная работа выполняется письменно на практическом занятии и прикрепляется в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).</p> | |

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АРХИТЕКТУРЫ, ДИЗАЙНА И ИСКУССТВ ИМЕНИ А.Д.КРЯЧКОВА»
(НГУАДИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Приложение 1 к рабочей программе дисциплины

«Этика рекламы»

Учебный план: 42.03.01_2023_РиО.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Креативный продукт в сфере культуры и искусства

1. Описание критериев и шкал оценивания сформированности компетенций в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

Таблица 1

| Код Компетений | Оценочные средства | Не сформирован 0-30 баллов (неудовлетворительно) | Пороговый уровень 31-50 балл (удовлетворительно) | Базовый уровень 51-81 балл (хорошо) | Продвинутый уровень 81-100 баллов (отлично) |
|-----------------------|--|--|--|---|--|
| ПК-2 | Контрольная работа Вопросы для зачета | Компетенция не сформирована. У обучающегося обнаружены пробелы в знаниях основного учебного материала, допущены принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. | Компетенция сформирована на пороговом уровне. Пороговый уровень дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач | Компетенция сформирована на базовом уровне. Базовый уровень позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам | Компетенция сформирована на продвинутом уровне. Продвинутый уровень предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении |

2. 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.

Текущий контроль успеваемости – Контрольная работа

Пример контрольной работы:

1. Возрастные особенности этики рекламы
2. Проанализировать рекламный ролик / изображение - дать характеристику с точки зрения соблюдения этических норм
3. «Громкие» судебные процессы по вопросам рекламы

Промежуточная аттестация - Зачет

Вопросы для зачета

1. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью: основные принципы и ценности.
2. Современная Интернет-этика.
3. Современная деловая этика: основные проблемы.
4. Моральное мышление и моральные дилеммы.
5. Стандарт корпоративной ответственности бизнеса «ISO 26000»: этическое содержание.
6. Кодексы рекламной деятельности: нормативно-ценностное содержание.
7. Этические ограничения рекламы.
8. Моббинг как проблема деловой этики.
9. Стратегии социальной ответственности бизнеса.
10. Этические комитеты и комиссии: принципы организации и работы.
11. Различные модели рекламной деятельности и их моральная оценка.
12. Формирование и воспроизводство гендерных стереотипов как этическая проблема рекламы.
13. Этические аспекты рекламы, направленной на детей.
14. Этика использования положительного образа врача в рекламе.
15. Этические аспекты рекламы алкоголя.
16. Этические аспекты рекламы табачных изделий.
17. Этические аспекты рекламы продуктов питания.
18. Этика использования знаменитостей в рекламе.

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

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в очной форме и (или) с применением дистанционных образовательных технологий в соответствии с Положением об организации текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации по образовательным программам высшего образования НГУАДИ имени А.Д. Крячкова.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Контрольная работа – работа для оценки знаний по отдельной теме, разделу или дисциплине в целом. Контрольная работа представлена в виде письменного задания, охватывающих весь учебный материал дисциплины. Контрольная работа выполняется в соответствии с требованиями формулируемыми преподавателем и размещается в личном кабинете обучающегося (ЭИОС).

Промежуточная аттестация – зачет

Зачет

Зачет – это форма итогового контроля, указанная в учебном плане, которая предусматривает оценивание освоения обучающимся материалов дисциплины на основании результатов обучения в семестре. Зачет проводится преподавателем в фиксированные сроки и в аудитории. При проведении зачета обучающемуся могут быть заданы дополнительные вопросы по темам и разделам дисциплины. Обучающимся, получившим неудовлетворительные оценки, поясняем процедуру и сроки проведения повторной промежуточной аттестации.