

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю
Декан СФФ

Т.В. Поштарева

«28» октября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Этические основы рекламы и связей с общественностью»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью
Квалификация выпускника бакалавр
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2020

Разработана
Д-р истор. наук, доцент, доцент
кафедры СГД
_____ Н. В. Овсянникова

Согласована
Заведующая кафедрой СГД
_____ Т.В. Поштарева

Рекомендована
на заседании кафедры СГД
от «28» октября 2020 г.
протокол № 3
_____ Т.В. Поштарева

Одобрена
на заседании учебно-методической
комиссии СПФ
от «28» октября 2020 г.
протокол № 2
Председатель УМК
_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2020 г.

Содержание

	Стр.
1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ООП	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	6
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии	7
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	8
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	8
8.1. Основная литература	8
8.2. Дополнительная литература	8
8.3. Программное обеспечение	8
8.4. Профессиональные базы данных	8
8.5 Информационные справочные системы	8
8.6 Интернет-ресурсы	8
8.7 Методические указания по освоению дисциплины	9
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	13
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	14
Приложение	
Дополнения и изменения в рабочей программе	15

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями дисциплины «Этические основы рекламы и связей с общественностью» являются:

-освоение студентами этических основ общения, сфер этических норм, форм и требований этикета, в том числе делового, сложившихся на основе исторической практики и закрепленных в нормативных документах и международных конвенциях;

-формирование у будущих работников сферы рекламы и связей с общественностью представления об этическом кодексе профессии, этических основах общения и современной деловой культуры, деловой этики.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Этические основы рекламы и связей с общественностью» - элективные дисциплины (модули) относится к дисциплинам части, формируемая участниками образовательных отношений, по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б.1.ДВ.1.) ООП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам обучающихся при освоении данной дисциплины: студент должен уметь анализировать и оценивать события и процессы, владеть знаниями об основах рекламы и PR, теории, практике и коммуникационных стратегиях связей с общественностью, теории и практике социальной рекламы, организации работы отделов рекламы и связей с общественностью, месте специалистов по рекламе и PR в структуре организации.

Приобретённые в ходе изучения данной дисциплины теоретические знания должны быть закреплены студентами при прохождении соответствующих дисциплин и видов практики.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Основы рекламы и PR	Организация работы со средствами массовой информации
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	Преддипломная практика
Теория и практика социальной рекламы	ГИА
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	
Производственная практика	

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, уровень)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции
ПК-3 Способен осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, организовать процесс создания коммуникационного продукта	Знать общие функции управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики
	Уметь осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, опираясь на этические принципы
	Владеть навыками создания коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		9
Контактная работа (всего)	30	30
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	10
из них	-	-
- лекции	10	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20
из них	-	-
- семинары (С)	-	-

- практические занятия (ПР)	20	20
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	-	-
Самостоятельная работа (всего) (СР)	78	78
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	78	78
Подготовка к аттестации	-	-
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		А
Контактная работа (всего)	10,3	10,3
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	4	4
из них	-	-
- лекции	4	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	6	6
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	6	6
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	-	-
5) промежуточная аттестация	0,3	0,3
Самостоятельная работа (всего) (СР)	97,7	97,7
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	94	94
Подготовка к аттестации	3,7	3,7
Общий объем, час	108	108
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1.	Основные принципы этики. Профессиональная этика. Этика делового	Понятия: «этика», «мораль», «нравственность», «общение», «деловое общение», «этика делового общения». Психологическая и нравственная стороны деятельности и общения людей. Место и роль профессиональной этики в общей системе нравственных

	общения	<p>отношений современного общества. Специфичность содержания и форм моральных требований в различных профессиях.</p> <p>Назначение профессиональной этики. Основные понятия, принципы и методы профессиональной этики работников сферы рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Профессионально-этические кодексы. Этические требования к профессиональному поведению и ценностям в этических кодексах.</p> <p>Кодекс профессиональной этики работников сферы рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Общение и деловое общение. Восприятие и понимание в процессе общения. Общение как коммуникация. Общение как взаимодействие. Этические принципы делового общения. Общие функции управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики.</p>
2.	Межличностная коммуникация. Этические аспекты общения работника с клиентом	<p>Особенности невербальной коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации..</p> <p>Структура речевой коммуникации. Влияние языка на мышление и поведение. Возможности вербального воздействия на аудиторию.</p> <p>Успешность коммуникации и коммуникативные навыки: коммуникативные цели, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики и коммуникативные навыки.</p> <p>Модели коммуникативной личности.</p> <p>Пять ключевых этапов в процессе продажи услуг: установление контакта, разведка потребностей и возможностей клиента, презентация коммерческого предложения, работа с возражениями клиента, завершение продажи.</p> <p>Умение сформировать первое впечатление: компоненты первого впечатления, основные каналы (вербальный, звуковой, визуальный). Типы вопросов. Техники задавать вопросы, техники опроса клиента. Техники заинтересованного или активного слушания. Приемы успешной презентации. Типы возражений клиентов и техники работы с возражениями. Методы завершения продаж.</p>
3.	Групповая и массовая коммуникация. Этические основы делового общения в рабочей группе	<p>Группа: роли, лидерство, коммуникация. Основные типы групп и их признаки. Основные факторы грамматики внутригрупповой коммуникации: роли, нормы и лидерство. Виды ролей: возрастные, половые, классовые. Основные стадии коммуникативных процессов становления группы. Информативная и конститутивная коммуникация в группе. Правила коммуникативного поведения в группе.</p> <p>Социально-психологические особенности рабочей группы. Типы взаимоотношений в коллективе. Психотипы. Проблема лидерства.</p> <p>Организация: структура, отношения, коммуникационные потоки. Роли сотрудников организации по отношению к коммуникации. Виды коммуникативных потоков. Создание коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью.</p>
4.	Стиль руководства. Этические проблемы руководства	<p>Стили руководства: авторитарный, демократический, попустительский. Особенности вербального и невербального выражения каждого стиля. Достоинства и недостатки каждого стиля. Функции управления. Коммуникативно-регулирующая функция управления.</p> <p>Этические проблемы руководства. Факторы, препятствующие инновационной активности, и способы их нейтрализации.</p> <p>Проблема коммуникации и власти. Приемы осуществления целей: коммуникативная агрессия, постоянное воспроизводство отношений властной иерархии, мимикрия функций и участников коммуникации.</p>
5.	Этические основы конфликтов и пути их разрешения	<p>Конфликты: виды, структура, стадии протекания. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.</p> <p>Стратегия поведения в конфликтной ситуации. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере. Правила поведения в условиях конфликта.</p>

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	ЛР	СР
1.	Основные принципы этики. Этика делового общения	22	2	4	-	16

2.	Межличностная коммуникация. Этические аспекты общения работника с клиентом	20	2	4	-	14
3.	Групповая и массовая коммуникация. Деловое общение в рабочей группе	22	2	4	-	16
4.	Стиль руководства. Этические проблемы руководства	22	2	4	-	16
5.	Этические основы конфликтов и пути их разрешения	22	2	4	-	16
	Групповые консультации		-		-	-
	Аттестация - зачет		-	-	-	-
	Общий объем	108	10	20	-	78

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	ЛР	СР
1.	Основные принципы этики. Этика делового общения	22	2	-		20
2.	Межличностная коммуникация. Этические аспекты общения работника с клиентом	14	-	-		14
3.	Групповая и массовая коммуникация. Этические основы делового общения в рабочей группе	22	-	2		20
4.	Стиль руководства. Этические проблемы руководства	22	-	2		20
5.	Этические основы конфликтов и пути их разрешения	24	2	2		20
	Групповые консультации					
	Аттестация - зачет	4				
	Общий объем	108	4	6		94

5.3. Занятия семинарского типа

Очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	ПР	Основные принципы этики. Профессиональная этика. Этика делового общения	4
2	2	ПР	Межличностная коммуникация. Этические аспекты общения работника с клиентом	4
3	3	ПР	Групповая и массовая коммуникация. Этические основы делового общения в рабочей группе	4
4	4	ПР	Стиль руководства. Этические проблемы руководства	4
5	5	ПР	Этические основы конфликтов и пути их разрешения	4

Заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	3	ПР	Групповая и массовая коммуникация. Этические основы делового общения в рабочей группе	2
2	4	ПР	Стиль руководства. Этические проблемы руководства	2
3	5	ПР	Этические основы конфликтов и пути их разрешения	2

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)

не предусмотрен

5.5. Самостоятельная работа

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16

2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	14
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	16

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	20
2.	Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	14
3.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	20
4.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников	20
5.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов по теме	20

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций по всем темам активно используется компьютерная техника для демонстрации слайдов с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

При подготовке студентов применяется самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных.

Интерактивные и активные образовательные технологии

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
2.	ПР	Практическое задание	2
4.	ПР	Практическое задание	2
5.	ПР	Практическое задание	2

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
2.	ПР	Практическое задание	2
4.	ПР	Практическое задание	2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1	ПР	Составить резюме специалиста по рекламе и связям с общественностью	2	2
3	ПР	Разработать план проведения специального мероприятия для внутренней общественности организации (тема - на выбор обучающегося, например, семинар по внедрению новых должностных	2	2

		обязанностей, тренинг развития организационно-коммуникативных умений и т.д.)		

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Антипов, А. А. Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности : учебное пособие / А. А. Антипов. — Москва : Московский технический университет связи и информатики, 2016. — 18 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61472.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Гуревич, П. С. Этика : учебник для студентов вузов / П. С. Гуревич. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 416 с. — ISBN 978-5-238-01023-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71049.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Троянская, А. И. Деловая этика : учебное пособие / А. И. Троянская. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 145 с. — ISBN 978-5-4486-0617-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83263.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.2. Дополнительная литература

1. Карпова, Г. Г. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / Г. Г. Карпова, Г. Р. Шамьенова, А. Ю. Егорова. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. — 308 с. — ISBN 978-5-7433-3018-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
2. Козловская, Т. Н. Профессиональная этика : учебно-методическое пособие / Т. Н. Козловская, Г. А. Епанчинцева, Л. В. Зубова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 218 с. — ISBN 978-5-7410-1196-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54147.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Тевлюкова, О. Ю. Основы рекламы : учебное пособие / О. Ю. Тевлюкова. — Новосибирск : Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ», 2015. — 156 с. — ISBN 978-5-7014-0707-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/87143.html>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Office

8.4. Профессиональные базы данных

Международная реферативная база журналов и статей WebofScience - <http://info.clarivate.com/rcis>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека – <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» — <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» - <http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)- <https://нэб.рф>

Российская ассоциация по связям с общественностью – <https://www.raso.ru> .

Союз предприятий печатной индустрии – <https://www.gipp.ru>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Материалы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы приведены в методических указаниях к самостоятельной работе студентов.

Система знаний по дисциплине формируется в ходе аудиторных и внеаудиторных (самостоятельных) занятий. Используя лекционный материал, учебники или учебные пособия, дополнительную литературу, проявляя творческий подход, студент готовится к практическим занятиям, рассматривая их как пополнение, углубление, систематизацию своих теоретических знаний. Спецификой заочной формы обучения является преобладающее количество часов самостоятельной работы по сравнению с аудиторными занятиями. Ряд тем учебного курса полностью переносится на самостоятельное изучение.

Студент должен прийти в высшую школу с полным пониманием того, что самостоятельное овладение знаниями является главным, определяющим. Высшая школа лишь создает для этого необходимые условия.

Самостоятельная работа студента начинается с внимательного ознакомления им с программой учебного курса. Изучение каждой темы следует начинать с внимательного ознакомления с набором вопросов. Они ориентируют студента, показывают, что он должен знать по данной теме. Вопросы темы как бы накладываются на соответствующую главу избранного учебника или учебного пособия. В итоге должно быть ясным, какие вопросы темы программы учебного курса и с какой глубиной раскрыты в данном учебном материале, а какие вообще опущены.

Любой научный предмет, также как и данная дисциплина, имеет свой категориально-понятийный аппарат. Научные понятия - это та база, на которой «стоит» каждая наука. Понятия - узловые, опорные пункты как научного, так и учебного познания, логические ступени движения в учебе от простого к сложному, от явления к сущности. Без ясного понимания понятий учеба крайне затрудняется, а содержание приобретенных знаний становится тусклым, расплывчатым, напоминая недостроенное здание или еще того хуже: здание без фундамента. Понятие в узком понимании – это определение (дефиниция) того или иного факта, явления, предмета. Такие определения составляют категориально-понятийный аппарат. Они, как правило, кратки по содержанию, схватывают суть дела.

Понятия в широком смысле есть обобщенная концептуальная характеристика определенного явления. Когда в заголовок темы вносится слово «понятие», то это первый признак того, что в данном случае речь идет не о дефиниции (определении), а о сжатой, обобщенной концептуальной характеристике изучаемого явления.

Нелишне иметь в виду и то, что каждый учебник или учебное пособие имеет свою логику построения, которая, естественно, не совпадает с логикой данной Программы учебного курса. Одни авторы более широко, а другие более узко рассматривают ту или иную проблему. Одни выделяют ее в отдельную главу, а другие, включают в состав главы. Учебник или учебное пособие целесообразно изучать последовательно, главу за главой, как это сделано в них. При этом, обращаясь к Программе учебного курса, следует постоянно отмечать, какие ее вопросы (пусть в иной логической последовательности) рассмотрены в данной главе учебника, учебного пособия, а какие опущены. По завершении работы над учебником у Вас должна быть ясность в том, какие темы, вопросы Программы учебного курса Вы уже изучили, а какие предстоит изучить по другим источникам.

Методические указания по ведению конспектов лекций и работе с ними

Конспект- это краткое последовательное изложение содержания статьи, книги, лекции. Его основу составляют план тезисы, выписки, цитаты. Конспект, в отличие от тезисов воспроизводит не только мысли оригинала, но и связь между ними. В конспекте отражается не только то, о чем говорится в работе, но и что утверждается, и как доказывается.

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких ответов на занятиях, хорошего выполнения устных опросов, самостоятельных и контрольных работ. Значимость конспектирования на лекционных занятиях несомненна. Проверено, что составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты культурологической идеи были выделены графически, а главную информацию следует выделять в

самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Проработка лекционного курса является одной из важных активных форм самостоятельной работы. Лекция преподавателя представляет плод его индивидуального творчества. Он читает свой авторский курс со своей логикой и со своими теоретическими и методическими подходами. Это делает лекционный курс конкретного преподавателя интересным индивидуально-личностным событием. Кроме того, в своих лекциях преподаватель стремится преодолеть многие недостатки, присущие опубликованным учебникам, учебным пособиям, лекционным курсам. В лекциях находят освещение сложные вопросы Федерального образовательного стандарта, которые вызывают затруднения у студентов.

Сетка часов, отведенная для лекционного курса, не позволяет реализовать в лекциях всей учебной программы. Исходя из этого, каждый лектор создает свою тематику лекций, которую в устной или письменной форме представляет студентам при первой встрече. В создании своего авторского лекционного курса преподаватель руководствуется двумя документами – Федеральным государственным образовательным стандартом и Учебной программой. Кафедра не допускает стандартизации лекционных курсов. Именно поэтому в учебно-методическом пособии отсутствует подробный план лекционного курса, а дана лишь его тематика, носящая для лекторов рекомендательный характер.

Алгоритм составления конспекта:

Определите цель составления конспекта.

Читая изучаемый материал, подразделяйте его на основные смысловые части, выделяйте главные мысли, выводы.

Если составляется план-конспект, сформулируйте его пункты и определите, что именно следует включить в план-конспект для раскрытия каждого из них.

Наиболее существенные положения изучаемого материала (тезисы) последовательно и кратко излагайте своими словами или приводите в виде цитат.

В конспект включаются не только основные положения, но и обосновывающие их выводы, конкретные факты и примеры (без подробного описания).

Составляя конспект, можно отдельные слова и целые предложения писать сокращенно, выписывать только ключевые слова, вместо цитирования делать лишь ссылки на страницы конспектируемой работы, применять условные обозначения.

Чтобы форма конспекта как можно более наглядно отражала его содержание, располагайте абзацы "ступеньками" подобно пунктам и подпунктам плана, применяйте разнообразные способы подчеркивания, используйте карандаши и ручки разного цвета.

Используйте реферативный способ изложения (например: "Автор считает...", "раскрывает...").

Собственные комментарии, вопросы, раздумья располагайте на полях.

Методические указания по подготовке к практическим занятиям

Целью практических занятий является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкупе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

Методические указания по выполнению практических заданий

1. Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

2. Выполнение задания в форме аргументированного эссе

Практическое задание, в котором предлагается представить ответ на поставленный вопрос в форме эссе, используется для обучения студентов умению письменного аргументирования своих суждений и доводов по определенной проблеме. Это способствует развитию определенных навыков: критического мышления, логического структурирования и последовательного изложения аргументирующего материала; упорядоченности организации мыслительной деятельности; ясности самовыражения и т.д.

Работа по написанию эссе является вполне традиционным видом учебных заданий. Эссе (фр. *essai* – попытка, очерк) представляет собой особенный жанр философской, литературно-критической, историко-биографической прозы. Особенность состоит в том, что это небольшое по объему прозаическое произведение (5-7 страниц) выполняется в свободной композиции и предполагает выражение индивидуального впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующие на определенную или исчерпывающую трактовку предмета.

Задача состоит в том, чтобы раскрыть проблему (вопрос) в сугубо личностном ключе, найти точки соприкосновения с собственным жизненным и духовным опытом, отразить глубину собственного переживания и размышлений, по поводу различных философско-мировоззренческих проблем, лежащих в основе жизненного мира личности, например, добра и зла, смысла жизни, свободы и ответственности, счастья, свободы и т. п. Эссеистический стиль допускает образность, афористичность, лиричность, эмоциональность в изложении собственных взглядов на проблему с обязательным соблюдением требования их письменной аргументации.

Алгоритм выполнения задания:

1) В поставленном вопросе определить ключевую проблему;

2) Проработать идею, выражающее собственное отношение к проблеме и поддержать ее доказательством из соответствующих источников. Для аргументации необходимы ссылки точки зрения, цитаты других авторов, которые призваны усилить выдвинутые студентом аргументы.

3) Процесс выработки четкого и убедительного аргумента, подкрепленного логическим и последовательным интегрированием собранных материалов.

Структура аргументированного эссе включает в себя определенные составляющие:

а) Введение.

Во введении эссе сначала формулируется вводное утверждение (это особое, привлекающее внимание высказывание или вопрос, цитата или другие фактический материал, способное захватить, привлечь к себе внимание читателя) и далее приводится тезисное утверждение, которое способно выступить в роли некой направляющей последующего хода рассуждений, требующих аргументации.

б) Презентация довода предполагает определенное преподнесение доводов и последовательное предоставление доказательств ранее заявленных положений.

в) Ожидание возражений. Для усиления аргументации следует рассмотреть и ожидаемые возражения, применяя практику противоречия, тем самым совершенствуя критическое мышление, моделируя ситуации дискуссии, принимая во внимания, что другие точки зрения по данному вопросу не только существуют, но и имеют определенное обоснование. Следует указать на слабые или противоречивые, неоднозначные места в приводимых точках зрения в качестве противоположных по отношению к собственной позиции.

г) Вывод должен включать синтез аргументации, повторное формулирование тезиса и заключительное утверждение.

Методические указания по организации самостоятельной работы студента

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашней задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к экзамену, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и

олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий); выполнение курсовых работ (проектов) в рамках дисциплин (руководство, консультирование и защита курсовых работ (в часы, предусмотренные учебным планом); прохождение и оформление результатов практик (руководство и оценка уровня сформированности профессиональных умений и навыков); выполнение выпускной квалификационной работы (руководство, консультирование и защита выпускных квалификационных работ) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

Методические указания по подготовке к устному опросу

Самостоятельная работа студентов включает подготовку к устному опросу на семинарских занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов.

Тема и вопросы к семинарским занятиям, вопросы для самоконтроля содержатся в рабочей учебной программе и доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу, блиц-опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме семинара, в учебнике или другой рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному семинарскому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к тестированию

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность описок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

– При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение семестра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение семестра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение семестра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Требования к материально-техническому обеспечению дисциплины

Для проведения занятий лекционного и семинарского типа используются аудитории, оборудованные мультимедийными средствами обучения: экраном, проектором, ноутбуком (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для проведения промежуточной аттестации по дисциплине используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Для самостоятельной работы обучающихся используется аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Для практической подготовки обучающихся используются аудитория, оснащенная учебной мебелью, экраном, ноутбуком и проектор (при отсутствии экрана, ноутбука и проектора – учебная доска).

Использование интернет-ресурсов предполагает проведение занятий в компьютерных классах с выходом в Интернет. В компьютерных классах обучающиеся имеют доступ к информационным ресурсам, к базе данных библиотеки (электронно-библиотечная система – <http://www.iprbookshop.ru> / <https://urait.ru>).

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
по дисциплине «Этические основы рекламы и связей с общественностью»**

1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины

Результаты обучения (код и наименование)	Показатель оценивания	Критерии оценивания	Процедуры оценивания
Знать: общие функции управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики	Трактовка общих функций управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики	Правильность трактовки общих функций управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики	Тестирование Устный опрос Зачет
Уметь: осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, опираясь на этические принципы	Использование умений осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, опираясь на этические принципы	Правильность и полнота использования умений осуществлять общие функции управления в структуре деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, опираясь на этические принципы	Практические задания Тестирование Устный опрос Зачет
Владеть: навыками создания коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью	Практическое задание, направленное на развитие навыков создания коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью	Правильность и полнота выполнения практического задания, направленного на развитие навыков создания коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью	Практические задания Устный опрос Зачет
Промежуточная аттестация			Зачет

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

Процедура оценивания происходит с использованием метода тестирования, оценки практических заданий, ответа при устном опросе.

Методическое описание подготовки и проведения тестирования

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения устного опроса

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и

смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

Методическое описание подготовки и проведения практических заданий

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация – зачет.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет выставляется по результатам текущего контроля успеваемости.

По очной форме обучения зачет выставляется после последнего занятия семинарского типа в триместре.

По заочной форме обучения зачет выставляется в специально отведенное расписанием сессии время. При этом во время зачета преподаватель проверяет выполненные студентами задания, а также задает дополнительные и уточняющие вопросы. На аттестацию каждого студента отводится 0,3 академических часа (около 14 минут).

3. Типовые контрольные задания

Типовые задания для текущего контроля успеваемости

3.1 Перечень типовых практических заданий

Задание 1.

Опишите основные этапы в процессе продажи услуг: установление контакта, разведка потребностей и возможностей клиента, презентация коммерческого предложения, работа с возражениями клиента, завершение продажи.

Задание 2.

Охарактеризуйте назначение профессиональной этики специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью. Выделите этические требования к профессиональному поведению и ценностям данной профессии.

Задание 3.

Приведите примеры влияния языка на мышление и поведение в профессиональной деятельности специалиста рекламы и связей с общественностью.

Задание 4.

Приведите примеры, как коммуникативные роли сотрудников организации влияют на внутрикорпоративные отношения в организации в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задание 5.

Сравните стили руководства: авторитарный, демократический, попустительский. Составьте на основе данного анализа сравнительную таблицу.

Задание 6.

Предложите варианты разрешения конфликта в процессе делового общения: с коллегами, с руководством, с клиентами.

Задание 7.

Разработайте Профессионально-этический кодекс работника сферы рекламы и связей с общественностью.

Задание 8.

Проанализируйте ход создания коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью. Приведите примеры из практики работы рекламных и PR-агентств.

Задание 9.

Охарактеризуйте функции управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики. Составьте сравнительную таблицу.

Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся, демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения;

	умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

3.2 Перечень типовых тестовых заданий

1. Специалист, отвечающий за вербальную, текстовую часть в рекламе именуется как:

- 1) модератор;
- 2) спичрайтер;
- 3) спиндоктор ;
- 4) копирайтер .

2. Должностное лицо, обладающее конфиденциальной информацией о делах и специфике функционирования организации именуется как:

- 1) инсайдер;
- 2) креативщик;
- 3) переговорщик ;
- 4) пайпербек .

3. Рабочее совещание с участием приглашенных журналистов в правительственных инстанциях, крупных компаниях и общественных организациях именуется как:

- 1) пресс-конференция;
- 2) брифинг;
- 3) бул-марк;
- 4) парти-плент.

4. Специалист, занимающийся разработкой рекламных идей и концепций PR-кампаний именуется как:

- 1) копирайтер;
- 2) доджер;
- 3) концептуалист;
- 4) идеолог.

5. Идея служения привлекательным и приемлемым интересам общества, которую организация выражает в лозунге или девизе именуется как:

- 1) слоган;
- 2) миссия;
- 3) креатив;
- 4) куртаж.

6. Метод предоставления возможности журналисту повысить свою личную самооценку и свой статус в теории медиарилейшнз именуется как:

- 1) «практики объятий»;
- 2) «практика транспарентности»;
- 3) «практика доверия»;
- 4) «практика самооценки».

7. Досье на все именующиеся в регионе печатные издания, телерадиокомпания и т.д. именуется как:

- 1) «джинса»;

- 2) карта СМИ;
- 3) медиабриф;
- 4) презентация.

8. Атмосфера доброжелательности во время деловой беседы зависит от:

- 1) пунктуальности
- 2) правильного выбора места проведения беседы
- 3) интерьера помещения
- 4) установления контакта с партнером
- 5) первых фраз во время беседы
- 6) использование обращения по имени
- 7) все ответы верны
- 8) все ответы неверны

9. В основе законов аргументации и убеждения лежит:

- 1) принуждение
- 2) понимание
- 3) заинтересованность

10. Психологические роли, которые исполняют партнёры во время деловых переговоров:

- 1) межличностная
- 2) формальная
- 3) внутригрупповая
- 4) индивидуальная

11. Эффективность общения определяется:

- 1) правильно выбранной дистанцией
- 2) умением владеть эмоциями
- 3) интонацией и содержанием речи
- 4) все ответы верны

12. Коммуникативные способности:

- 1) врожденные
- 2) приобретенные
- 3) биологически обусловленные
- 4) ни один из ответов неверен

13. Механизм социальной перцепции, в основе которого умение поставить себя на местособеседника, называется:

- 1) стереотипизацией
- 2) идентификацией
- 3) рефлексией
- 4) каузальной атрибуцией

14. Прекращение общения происходит на этапе:

- 1) взаимоинформирования
- 2) взаимоотключения
- 3) взаимонаправленности
- 4) взаимоотражения

15. Уровень общения, на котором происходит обмен духовными ценностями, называется:

- 1) игровой
- 2) духовный
- 3) стандартизированный
- 4) конвенциальный

16. Compliment оценивает:

- 1) реальные (объективные) достоинства собеседника
- 2) незначительное преувеличение достоинств собеседника

17. Публичный спор, целью которого является выяснение и сопоставление различных точек зрения – это:

- 1) полемика
- 2) дебаты
- 3) диспут
- 4) дискуссия

18. Уровень общения, на котором собеседники стремятся к сотрудничеству, называется:

- 1) игровой
- 2) деловой
- 3) стандартизированный
- 4) примитивный

19. В невербальной коммуникации реализуется:

- 1) перцептивная функция
- 2) коммуникативная функция

- 3) интерактивная функция
 - 4) ни один из ответов неверен
- 20. В вербальной коммуникации реализуется:**
- 1) перцептивная функция
 - 2) коммуникативная функция
 - 3) интерактивная функция
 - 4) ни один из ответов неверен
- 21. Выбор психологической роли определяется:**
- 1) социальным положением
 - 2) поведением человека
 - 3) ситуацией общения
 - 4) ни один из ответов неверен
- 22. Психологическая позиция “Родителя” в общении - это:**
- 1) позиция зависимости, безответственности
 - 2) позиция равноправия, сотрудничества
 - 3) позиция подчинения, влияния, ответственности
 - 4) ни один из ответов неверен
- 23. Психологическая позиция “Взрослого” в общении - это:**
- 1) позиция зависимости, безответственности
 - 2) позиция равноправия, сотрудничества
 - 3) позиция подчинения, влияния, ответственности
 - 4) ни один из ответов неверен
- 24. Публичный спор, при котором имеется конфронтация, противостояние сторон – это:**
- 1) полемика
 - 2) дебаты
 - 3) диспут
 - 4) дискуссия
- 25. Самый результативный уровень общения**
- 1) игровой
 - 2) деловой
 - 3) стандартизированный
 - 4) примитивный
- 26. Общение - это**
- 1) состояние
 - 2) процесс
 - 3) свойство
 - 4) качество
- 27. Выбор дистанции зависит от:**
- 1) настроения
 - 2) характера человека
 - 3) ситуации общения
 - 4) ни один из ответов неверен
- 28. Успех общения достигается, если человек:**
- 1) имеет желание или цели общения
 - 2) владеет информацией
 - 3) имеет навыки общения
 - 4) все ответы верны
- 29. Психологическая роль, которая исполняется при общении с коллегами по работе**
- 1) межличностная
 - 2) формальная
 - 3) внутригрупповая
 - 4) индивидуальная
- 30. Обмен информацией происходит на этапе:**
- 1) взаимоинформирования
 - 2) взаимоотключения
 - 3) взаимонаправленности
 - 4) взаимоотражения
- 31. Какие условия при проведении деловой беседы необходимо учитывать:**
- 1) этические нормы и правила
 - 2) помещение не должно препятствовать установлению атмосферы доверия
 - 3) начальная фаза беседы задает тон всей дальнейшей беседы
 - 4) все позиции верны
 - 5) все позиции неверны

32. Аргументы применяют с целью:

- 1) защиты своих взглядов и намерений
- 2) доказательства своего превосходства
- 3) уговоров партнера что-либо сделать

33. Определите последовательность этапов деловой беседы:

- 1) аргументирование выдвигаемых положений
- 2) начало беседы
- 3) принятие решения
- 4) завершение беседы
- 5) информирование партнёров

Критерии и шкала оценки тестовых заданий

Тестовые задания оцениваются с помощью коэффициента усвоения $KY = A:P$,
где А - число правильных ответов в тесте,
Р - общее число ответов

Коэффициент, КУ	Оценка
0,8-1	отлично
0,68-0,86	хорошо
05,-0,67	удовлетворительно
Меньше 0,5	неудовлетворительно

3.3 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. Понятия общения, коммуникации, речевой деятельности. Основные составляющие социальной коммуникации.
2. Коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).
3. Функциональная характеристика сообщения: предупреждение, совет, информация, убеждение, выражение мнения, развлечение. Речевое воздействие и речевое взаимодействие.
4. Формы коммуникации и их системы кодирования послания. Виды коммуникации: интраперсональная, межличностная, групповая, массовая. Коммуникативная среда и сферы коммуникации.
5. Понятия: «этика», «мораль», «нравственность», «общение», «деловое общение», «этика делового общения».
6. Этические кодексы работников сферы рекламы и связей с общественностью.
7. Общение и деловое общение. Восприятие и понимание в процессе общения. Общение как коммуникация. Общение как взаимодействие. Этические принципы делового общения.
8. Особенности невербальной коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации
9. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки: коммуникативные цели, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики и коммуникативные навыки.
10. Модели коммуникативной личности. Основные параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный и функциональный). Основные типы коммуникантов: доминантный, мобильный, ригидный, интровертный.
11. Социально-психологические особенности рабочей группы. Типы взаимоотношений в коллективе. Психотипы. Проблема лидерства.
12. Организация: структура, отношения, коммуникационные потоки. Роли сотрудников организации по отношению к коммуникации.
13. Специфика массовой коммуникации ее функции.
14. Проблема коммуникации и власти. Приемы осуществления целей: коммуникативная агрессия, постоянное воспроизводство отношений властной иерархии, мимикрия функций и участников коммуникации.
15. Стили руководства. Особенности вербального и невербального выражения каждого стиля. Достоинства и недостатки каждого стиля.
16. Этические проблемы руководства. Факторы, препятствующие инновационной активности, и способы их нейтрализации.
17. Конфликты: виды, структура, стадии протекания. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.
18. Стратегия поведения в конфликтной ситуации. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере. Правила поведения в условиях конфликта.
19. Основные этапы в процессе продажи услуг: установление контакта, разведка потребностей и возможностей клиента, презентация коммерческого предложения, работа с возражениями клиента, завершение продажи.
20. Умение сформировать первое впечатление: компоненты первого впечатления, основные каналы (вербальный, звуковой, визуальный).

Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	<i>Отлично</i> ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие вопросов. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении содержания вопроса используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	<i>Хорошо</i> ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При <i>удовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	При <i>неудовлетворительном</i> ответе обучающийся допускает ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

Типовые задания для промежуточной аттестации

3.4. Контрольные вопросы к устному опросу

1. Понятия общения, коммуникации, речевой деятельности. Основные составляющие социальной коммуникации.
2. Коммуникативный акт и его составные элементы: адресант (коммуникатор), адресат (аудитория), сообщение (информация), код, канал, ситуация, реакция (эффективность).
3. Цели коммуникации и человеческие потребности. Функции коммуникации и коммуникативного акта.
4. Функциональная характеристика сообщения: предупреждение, совет, информация, убеждение, выражение мнения, развлечение. Речевое воздействие и речевое взаимодействие.
5. Формы коммуникации и их системы кодирования послания. Виды коммуникации: интраперсональная, межличностная, групповая, массовая. Коммуникативная среда и сферы коммуникации.
6. Понятия: «этика», «мораль», «нравственность», «общение», «деловое общение», «этика делового общения».
7. Этические кодексы работников сферы рекламы и связей с общественностью.
8. Общение и деловое общение. Восприятие и понимание в процессе общения. Общение как коммуникация. Общение как взаимодействие. Этические принципы делового общения.
9. Особенности невербальной коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации
10. Успешность коммуникации и коммуникативные навыки: коммуникативные цели, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики и коммуникативные навыки.
11. Модели коммуникативной личности. Основные параметры коммуникативной личности (мотивационный, когнитивный и функциональный). Основные типы коммуникантов: доминантный, мобильный, ригидный, интровертный.
12. Типы общения (по Э.Берну): Родитель – критический (руководитель) и кормяще-заботливый (преподаватель), Взрослый, Ребенок – приспособляющийся и естественный.
13. Группа: роли, лидерство, коммуникация. Основные типы групп и их признаки. Основные факторы грамматики внутригрупповой коммуникации: роли, нормы и лидерство.
14. Виды ролей: возрастные, половые, классовые.
15. Основные стадии коммуникативных процессов становления группы. Правила коммуникативного поведения в группе.
16. Социально-психологические особенности рабочей группы. Типы взаимоотношений в коллективе. Психотипы. Проблема лидерства.
17. Организация: структура, отношения, коммуникационные потоки. Роли сотрудников организации по отношению к коммуникации.
18. Специфика массовой коммуникации ее функции.

19. Общие функции управления деятельностью рекламных служб и служб по связям с общественностью с позиций этики.
20. Проблема коммуникации и власти. Приемы осуществления целей: коммуникативная агрессия, постоянное воспроизводство отношений властной иерархии, мимикрия функций и участников коммуникации.
21. Стили руководства. Особенности вербального и невербального выражения каждого стиля. Достоинства и недостатки каждого стиля.
22. Этические проблемы руководства. Факторы, препятствующие инновационной активности, и способы их нейтрализации.
23. Конфликты: виды, структура, стадии протекания. Предпосылки возникновения конфликта в процессе общения.
24. Стратегия поведения в конфликтной ситуации. Конфликты в личностно-эмоциональной сфере. Правила поведения в условиях конфликта.
25. Основные этапы в процессе продажи услуг: установление контакта, разведка потребностей и возможностей клиента, презентация коммерческого предложения, работа с возражениями клиента, завершение продажи.
26. Умение сформировать первое впечатление: компоненты первого впечатления, основные каналы (вербальный, звуковой, визуальный).
27. Типы вопросов. Техники задавать вопросы, техники опроса клиента. Техники заинтересованного или активного слушания.
28. Приемы успешной презентации.
29. Типы возражений клиентов и техники работы с возражениями.
30. Методы завершения продаж.
31. Этические основы деловой этикет в сфере рекламы и связей с общественностью. Правила этикета.
32. Правила вербального этикета. Ведение делового совещания. Ведение коммерческих переговоров.
33. Правила общения по телефону.
34. Правила деловой переписки.
35. Создание коммуникационного продукта с опорой на этические основы рекламы и связей с общественностью.

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации - зачета

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и/или «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «неудовлетворительно» и/или «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины
«Этические основы рекламы и связей с общественностью»
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в
коммерческой сфере
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024 учебный год



ТВЕРЖДАЮ
Декан социально-психологического факультета

Т.В. Поштарева
«9» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

8.4. Профессиональные базы данных

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=l6yr3dpf27651016965

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

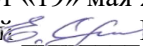
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>


Поисковые системы

Поисковая система Google - <https://www.yandex.ru/>


Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>

Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9
Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова
«19» мая 2023 г. протокол № 9