

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Факультет Историко-филологический  
Кафедра «журналистики и связей с общественностью»

**УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
для студентов очной формы обучения**

по дисциплине «Этическое регулирование связей с общественностью и  
рекламы»

для направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью – бакалавриат

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 108 часов, 3 зачетные  
единицы.

Форма промежуточного контроля в семестре – экзамен.

## Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

### 1. Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики:

- этика, ее сущность, категории. Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов.

Этапы развития профессиональной этики:

- индивидуальная, групповая, общественная мораль. Их взаимосвязь, противоречия в процессе функционирования в обществе. Групповая мораль и этика. Цели и содержание групповой морали. Социально-историческое содержание групповой морали: кодекс чести дворянина, мещанская мораль, профессиональная этика различных профессиональных групп. Социально-профессиональные группы как предмет морально-этических отношений.

### 2. Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования:

- предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных отношений.

Правовое регулирование PR-деятельности:

- акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации.

### 3. Аккредитация: понятие и значение. Системы и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации.

– нормы ФЗ «О средствах массовой информации», касающиеся процедуры аккредитации журналистов СМИ. Система аккредитации

журналистов в России и за рубежом. Основные проблемы в области аккредитации журналистов. Виды аккредитации. Ограничения доступа к информации в процессе аккредитации.

Освещение деятельности органов государственной власти СМИ:

- открытость информации органов государственной власти и местного самоуправления. Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение. Нормы ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

4. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ:

- основное содержание ФЗ «О рекламе». Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности;

Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности:

- виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю за рекламой.

### **Семестр 3**

#### **Форма текущего контроля**

**Задания:**

##### **Первая ролевая игра.**

Три группы: одна рекламирует товар честно, вторая использует различные способы, в том числе, выходящие за рамки – морали, этики, права. Третья группа оценивает.

Цель – понять и ощутить на себе возможности той или иной рекламы, .

##### **Вторая ролевая игра.**

Две группы. Одна группа – это пресс-служба губернатора. Ее цель – не дать СМИ требуемую информацию. Найти отговорки и поводы. Вторая группа – журналисты. Найти способы получить эту информацию.

Цель – дать ощутить на себе обязанности той и иной стороны. Найти способы сотрудничества и взаимопонимания.

1. Законспектировать Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.
2. Проанализируйте нарушения этических норм, допущенные политиками, пресс-секретарями, журналистами. Оцените степень нарушений и последствия – правовые, репутационные.
3. Проанализируйте нарушения этических норм на примере рекламного ролика. Оцените степень и последствия – правовые, репутационные, снижение спроса.

### **Форма промежуточного контроля**

#### **Зачет по предмету «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»**

1. Понятия этики, морали и нравственности;
2. Различие этической нормы и нормы права
3. Основные этические категории и их характеристика
4. История создания профессиональных сообществ и кодексов этики
5. Принципы этики деловых отношений
6. Понятие профессиональной этики
7. Основные принципы профессиональной этики
8. Соотнесение уровней PR-деятельности с понятиями PR-этики
9. Понятия профессионального долга, профессиональной ответственности, профессиональной чести и профессионального достоинства
10. Функции этических кодексов
11. Теоретические основы PR-этики

12. Кодекс профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA): основные вопросы и сфера регулирования
13. Кодекс профессионального поведения Британского института PR: основные вопросы и сфера регулирования
14. Европейский кодекс профессионального поведения в области PR: основные вопросы и сфера регулирования
15. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью: основные вопросы и сфера регулирования
16. Международный кодекс рекламной деятельности: основные вопросы и сфера регулирования
17. Проблема реализации этических норм, закрепленных в этических кодексах PR
18. Маркетинг. Неэтичный маркетинг.
19. Неэтичная реклама: определение, последствие.
- 20.

### **Оформление письменной работы согласно МИ-01-02-2018**

[Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](#)

### **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### **Основная литература**

##### **Печатные издания**

1. PR: теория и практика : учебник / Баранов Дмитрий Евгеньевич [и др.]; под ред. М.А. Лукашенко. - Москва : Маркет ДС, 2010. - 328 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-1694416-071-3 : 229-22.
- 2 . Головлева, Елена Леонидовна. Основы межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Головлева Елена Леонидовна. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 224 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-222-12473-4 : 106-15.

##### **Издания из ЭБС**

1. Дзялошинский, Иосиф Мордкович. Профессиональная этика журналиста : Учебник и практикум / Дзялошинский Иосиф Мордкович; Дзялошинский И.М.

