

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям
О.Н. Здрок
«30» августа 2020 г.
Регистрационный № УД-8350/уч.

Профессиональная этика

**Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности:**

1-23 01 15 Социальные коммуникации

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО-23 01 15-2013, учебного плана № Е23-198/уч. от 30. 05. 2013 г.

СОСТАВИТЕЛИ:

Т. И. Врублевская-Токер – доцент кафедры философии культуры, кандидат философских наук факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Д. Г. Доброродный – заведующий кафедрой философии и методологии университетского образования ГУО «Республиканский институт высшей школы», кандидат философских наук, доцент

А. Я Сарна – доцент кафедры социальной коммуникации, кандидат философских наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

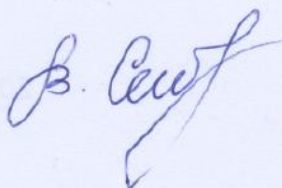
Кафедрой философии культуры

(протокол № 7 от 05.03.2020 г.);

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № 4 от 25.03.2020 г.).

Зав. кафедрой философии культуры



В. С. Сайганова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – системное освоение студентами основных разделов профессионально-этического знания; экспликация информационного, ценностно-нормативного и прикладного аспектов профессиональной этики специалистов по социальным коммуникациям.

Задачи учебной дисциплины:

1. осмыслить своеобразие профессионально-этического знания, специфику профессиональной морали и последствий ее нарушения;
2. определить теоретико-методологических оснований интерпретации идей и концепций профессиональной этики, опыта профессиональной морали в сфере социальных коммуникаций;
3. ознакомить с проблемным полем, понятийно-категориальным аппаратом, основными концепциями профессиональной этики, а также принципами и нормами, регламентирующими профессиональную деятельность специалиста по социальным коммуникациям;
4. сформировать умения самостоятельно разбираться в сложных нравственных коллизиях профессиональной деятельности, анализировать конкретные нравственные ситуации, находить морально обоснованные решения;
5. развить заинтересованность в проблематике профессиональной морали, способность к личностной моральной рефлексии по поводу собственных ценностей, системы мотивации, поступков в профессиональной сфере;
6. помочь в выборе нравственных ориентиров и смыслов индивидуальной профессиональной деятельности, профессионально-нравственном совершенствовании в контексте современного гуманизма.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Учебная дисциплина относится к циклу специальных дисциплин компонента учреждения высшего образования.

Связи с другими учебными дисциплинами

Учебная дисциплина «Профессиональная этика» находится в тесной взаимосвязи с рядом учебных дисциплин: «Организационная культура», «Социальная политика», «Основы предпринимательской деятельности».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Профессиональная этика» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

академические компетенции:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для

решения теоретических и практических задач;

АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;

АК-3. Владеть исследовательскими навыками;

АК-4. Уметь работать самостоятельно;

АК-5. Быть способным порождать новые идеи, обладать креативностью;

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств и управлением информацией и работой с компьютером;

АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации;

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

социально-личностные компетенции:

СЛК-1. Обладать качествами гражданственности;

СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию;

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;

СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения;

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике (критическое мышление).

профессиональные компетенции:

ПК-2. Разрабатывать и использовать современное научно-методическое обеспечение;

ПК-3. Руководить научно-исследовательской работой обучающихся;

ПК-4. Планировать и организовывать воспитательную работу с обучающимися;

ПК-8. Пользоваться глобальными информационными ресурсами;

ПК-9. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- сущностные характеристики, генезис, этапы и тенденции развития профессиональной этики;

- основные понятия профессиональной этики;

- основные теоретические подходы к постановке и решению проблем профессиональной этики;

- предметно-проблемное определение и понятийно-категориальную составляющую профессиональной этики специалиста по социальным коммуникациям;

- основные концептуальные модели, сформировавшиеся в профессиональной этике коммуникации;

- возможности и особенности практической реализации профессионально-этического знания;

уметь:

- эксплицировать основные проблемные вопросы профессиональной этики;

- ориентироваться в концептуальном многообразии решения профессионально-этических проблем;
- анализировать типичные ошибки и нарушения профессиональной этики;
- критически анализировать результаты собственной работы, совершенствовать профессиональную практику;
- находить конструктивные решения в ситуациях морального выбора;
- применять профессионально-этические нормы в своей творческой деятельности;
- анализировать различные профессионально-этические документы: кодексы, уставы, решения, др.;
- анализировать особенности профессиональной этики в сфере социальных коммуникаций в современном мире, состояние и перспективы развития профессиональной этики коммуникации в Беларуси;

владеть:

- методами теоретического исследования в сфере профессиональной этики; методами определения и совершенствования этического уровня профессионального сообщества;
- навыками самостоятельного исследования и преодоления проблемной профессионально-этической ситуации;
- навыками этически корректной межличностной и групповой коммуникации.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 6 семестре дневной формы.

Всего на изучение учебной дисциплины «Профессиональная этика» отведено 70 часов, в том числе 32 аудиторных часа, из них: лекции 16 часов, семинарские занятия 14 часов, управляемая самостоятельная работа 2 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Этика и мораль. Профессиональная этика специалиста по социальным коммуникациям

Предмет этики; специфика, структура и функции морали. Современная прикладная этика и профессиональная этика. «Моральное измерение» профессии.

Понятие профессиональной этики, ее предназначение и функции. Философско-этический и нормативно-организационный уровни профессиональной этики. Общие и частные принципы, кодексы, этические комиссии, др. Профессионализм. Профессиональный успех.

Формирование профессиональной коммуникативной деятельности, определение нравственных ориентиров. Проблемное поле профессиональной этики специалиста по коммуникации.

Теоретико-методологические основания профессиональной этики коммуникативной деятельности. Основные теоретические модели современной этики. Деонтологическая этика и утилитаризм. Ситуативная этика. Теория справедливости Дж.Ролза. Этика ответственности. Этика дискурса Ю.Хабермаса. Этика добродетели А.Макинтайра.

Тема 2. Прикладная этика и средства массовой информации

Коммуникативная деятельность в условиях информационной цивилизации. Понятие информационного средства: этические параметры. Этика СМИ (инфоэтика): предмет и структура. ЮНЕСКО об инфоэтике.

Обеспечение и ограничение информационных прав как фундаментальная дилемма инфоэтики. Проблемы этики СМИ (инфоэтики). Принципы и добродетели инфоэтики.

Виртуальная коммуникация: этические аспекты. Формирование этики виртуальной реальности; утверждение ценности информационной сферы.

Компьютерная этика: истоки и современное состояние. Создание и использование кодексов компьютерной этики.

Сетевая этика. Индивидуальная этика, общественная мораль и сетевая этика. Интернет-этика. Морально-правовое регулирование и саморегулирование в сетевых сообществах. Сетевой этикет.

Морально-этические основания творческой деятельности в Интернете: открытость, дружелюбность, взаимопомощь. Проблемы цензуры, плагиата, рекламы, защиты авторских и информационных прав, нецензурной лексики и другие проблемы Интернет-творчества; морально-этические аспекты.

«Интернет-конфликты», их причины, возможности развития и разрешения.

Тема 3. Этика PR-деятельности и рекламы

Социокультурные предпосылки, нравственные основания и противоречия

становления профессиональной PR-деятельности. Модели PR-деятельности (Дж.Груниг, Т.Хант), их морально-этический аспект. Несоответствие этики и этики PR (ценностных предпочтений PR сообщества и принципов, декларируемых сообществом) как характерная коллизия профессиональной деятельности PR. Моральный релятивизм и принцип ответственности. Значение профессиональной этики PR для репутации и успешности профессии.

Различные сферы деятельности PR-специалиста; использование СМИ в PR деятельности. СМИ и этика PR.

Профессиональные кодексы PR-специалистов: этическая экспертиза. Национальные и международные организации PR-специалистов. Международные документы о защите прав человека как нравственно-правовые основания кодексов PR-деятельности. Нормативное содержание кодексов PR-деятельности (принципы права на информацию, открытости, правдивости, др.), их применение.

Личность PR-специалиста. Коллективные решения и нравственные качества личности PR-специалиста. «Ответственность перед будущим» как нравственный ориентир личности.

Морально-этические проблемы рекламной деятельности. Правдивость и реклама. Виды манипуляции в коммерческой рекламе. Социальная реклама, ее корректность. Этические аспекты рекламы в Интернете. Спам, его разновидности; ответственность за распространение спама.

Нравственные ограничения рекламы, их обоснование. Разделение моральной ответственности в рекламе. Законы о рекламе.

Тема 4. Этика бизнеса в деятельности специалиста по коммуникации

Экономика и мораль. Предмет этики бизнеса; реализация частного интереса и общественного блага как основная дилемма этики бизнеса. Социально-нравственный смысл предпринимательской деятельности. Ценности бизнеса.

Социокультурные особенности формирования этики бизнеса. Интерпретация предпринимательской деятельности в протестантизме и православии. Противоположные тенденции эмансипации бизнеса от морали и становления этики бизнеса в условиях индустриальной и постиндустриальной цивилизаций. Институционализация этики бизнеса в последней трети XX в. Этика бизнеса как научная дисциплина.

Субъектный и институциональный компоненты этики бизнеса. Концепция социальной ответственности бизнеса: основные подходы. Ответственность бизнес-корпорации, ответственность члена корпорации, личная моральная ответственность. Концепция «общих ценностей» (М.Портер, М.Креймер). Концепции институциональной этики бизнеса (концепция двухэтапной легитимации предпринимательской деятельности, концепция ограничения прибыли, др.). Концепция моральной нейтральности бизнеса.

Некоторые проблемы этики бизнеса. Проблема доверия и конкуренции

в этике бизнеса. Ф. Фукуяма о культурах доверия в бизнесе. Моральные коллизии предпринимательской деятельности в условиях современного рынка: нечестная конкуренция; коррупция; непредоставление информации и промышленный шпионаж; права человека и дискриминация, др.

Тема 5. Этика менеджмента

Менеджмент как современная профессиональная деятельность: морально-этические параметры. Управление персоналом. Моральные принципы управления: запреты в деятельности менеджера; моральные принципы, специфичные для различных уровней менеджмента.

Стили руководства, их классификации. Выбор индивидуального стиля руководства: морально-психологические основания. Лидерство. Личность руководителя и подчиненного. Профессиональные, деловые и личные качества руководителя.

Моральное воздействие в организационно-управленческой деятельности, его формы и методы. Критика, поощрение, наказание. Конфликтные ситуации, их анализ и разрешение. Специфика морального конфликта.

Профессионально-этические кодексы менеджмента, их значение. Правила поведения для подчиненного. Морально-психологические механизмы самоконтроля.

Тема 6. Корпоративная этика

Социально-исторические и социокультурные предпосылки становления, развития и актуализации корпоративной этики. Специфические черты корпоративных отношений, их морально-этические следствия и проблемы.

Корпоративная культура, ее основные компоненты. Корпоративная культура и корпоративная этика. Этика организации. Корпоративизм как этический принцип; профессиональная солидарность и корпоративизм. Феномен корпоративного духа. Корпоративный эгоизм.

Корпоративная этика как прикладная этическая дисциплина, ее предмет и проблемное поле. Специфика моральной регуляции в корпорациях. Корпоративные этические кодексы; деятельность этических комиссий; этическая экспертиза и консультирование.

Некоторые проблемы корпоративной этики: различные «служебные аномалии», повышение этического уровня организации, взаимодействие различных деловых культур, др.

Тема 7. Этика деловой коммуникации

Коммуникация, общение, диалог. Нравственный смысл общения и значение коммуникации. Культура общения: морально-этические основы. «Барьеры» коммуникации и способы их преодоления.

Специфика деловой коммуникации: понятие, цели, динамика, основные стратегии. Эволюция этики деловой коммуникации в истории культуры. Современная деловая коммуникация: основные подходы к деловой этике.

Вербальная и невербальная деловая коммуникация. Правила и средства вербальной и невербальной коммуникации, их морально-психологическое значение.

Формы деловой коммуникации. Деловая беседа; аргументация в деловой беседе. Спор, дискуссия, полемика; корректные приемы их проведения. Переговоры как форма деловой коммуникации; стратегия и тактика ведения переговоров, морально-психологические аспекты переговоров. Публичное выступление. Деловой телефонный разговор. Деловое письмо. Электронная деловая коммуникация: мобильная связь, SMS, e-mail, электронная презентация. Другие формы деловой коммуникации.

Особенности межкультурной деловой коммуникации. Морально-этические основы и правила межкультурной деловой коммуникации.

Понятие и функции этикета. Социально-субординационный и нравственный смысл этикета. Социально-исторический характер этикета, особенности этикета в современном обществе.

Деловой этикет. Принципы делового этикета: общие и частные. Ритуализация делового общения. Различные ситуации деловых отношений и правила делового этикета. Этикет руководителя.

Имидж, имиджелогия, имиджмейкерство. Феномен имиджа в условиях современной цивилизации. Имидж персоны и организации. Управление имиджем и манипуляции.

Деловой имидж, его свойства. Имидж, обаяние, деловая репутация. Компетентность, порядочность, надежность как базовые деловые качества. Дресс-код и обаяние внешности.

Тема 8. Научно-исследовательская деятельность специалиста по социальным коммуникациям: этический аспект

Этика науки и профессиональная этика. Специфика этики науки в контексте глобальных коммуникационных процессов. Этика научной деятельности и этика ученого. Нравственные ориентиры и ограничения социально-гуманитарного знания, научных исследований коммуникации.

Наука и СМИ. Ответственность за распространение научной информации в СМИ. Научные контакты и распространение научных данных через Интернет.

Варианты социально-нравственной регламентации научной деятельности: клятвы, обязательства, кодексы. Примеры международных общенаучных конвенций. Всемирная комиссия по этике научных знаний и технологии при ЮНЕСКО.

Этика ученого. Свобода научного поиска и нравственная ответственность ученого (перед человечеством, страной, научным сообществом, др.). Гуманистические ориентиры в научном исследовании; введение мораториев на определенные научные исследования. Нормы научной этики.

Этикет в научном сообществе. Статус и ранг ученого. Правила научного общения (дискуссия, полемика, оппонирование, рецензирование, опровержение, др.).

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | Форма контрольных заданий |
|---------------------|---|-----------------------------|---------------------|------|----------------------|---|
| | | Лекции | Семинарские занятия | Иное | Количество часов УСР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Этика и мораль. Профессиональная этика специалиста по социальным коммуникациям | 4 | 2 | | | Письменные вопросы по материалам лекций |
| 2. | Прикладная этика и средства массовой информации | 2 | 2 | | | Эссе, реферат |
| 3. | Этика PR-деятельности и рекламы | 2 | 2 | | | Эссе, инициирование дискуссий |
| 4. | Этика бизнеса в деятельности специалиста по коммуникации | 2 | 2 | | | Письменные ответы на вопросы по материалам лекции |
| 5. | Этика менеджмента | 2 | 2 | | | Эссе, устный опрос |
| 6. | Корпоративная этика | 2 | 2 | | | Эссе, презентация проекта |
| 7. | Этика деловой коммуникации | | 2 | | | Тестирование |
| 8. | Научно-исследовательская деятельность специалиста по социальным коммуникациям: этический аспект | 2 | | | 2 | Письменные ответы на вопросы по материалам лекций |
| | Итого | 16 | 14 | | 2 | |

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

Учебные пособия

1. Беляева, Е. В. Прикладная этика / Е. В. Беляева, Т. И. Врублевская-Токер, С. П. Жукова. – Минск : БГУ, 2016. – 135 с.
2. Зеленкова, И.Л. Этика : Учебное пособие / И.Л. Зеленкова. - Минск. : ТетраСистемс, 2008. – 352 с.
3. Назаров, В.Н. Прикладная этика : Учебное пособие / В.Н. Назаров. - М., 2005. – 391 с.
4. Профессиональная этика : Учебное пособие / М.Н. Росенко, [и др.]; под общ. ред. М.Н. Росенко. - СПб.: Лань, 2006. – 200 с.
5. Этика : учебник для бакалавров / Под общ. ред. А.А.Гусейнова. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 569 с.

Словари

1. Этика: Энциклопедический словарь / Под ред. Р.Г. Апресяна и А.А. Гусейнова. – М.: Гардарики, 2001. – 671 с.

Монографии

1. Бакштановский, В.И. Этика профессии: миссия, кодекс, поступок / В.И. Бакштановский, Ю.В. Согомонов. – Тюмень, 2005. – 378 с.
2. Общественная мораль: философские, нормативно-этические и прикладные проблемы / под ред. Р.Г.Апресяна. – М., 2009. – 467 с.

Перечень дополнительной литературы

Литература к теме 1 «Этика и мораль. Профессиональная этика специалиста по социальным коммуникациям»

1. Алексина, Т.А. Прикладная этика / Т.А. Алексина. – М., 2004.
2. Вебер, М. Избранные произведения / Перевод с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Демидов, А.Б. Феномены человеческого бытия: Учебное пособие / А.Б.Демидов. – Минск : ИЦ «Экономпресс», 1999.
4. Докучаев, И.И. Введение в историю общения. Исторические типы общения / И.И. Докучаев. – СПб., 2004.
5. Дубровский, Д.И. Обман. Философско-психологический анализ / Д.И. Дубровский. – М., 1994.
6. Йонас, Г. Принцип ответственности: Опыт этики для технологической цивилизации / Пер. с нем. – М.: Айрис-пресс, 2004.
7. Каган, М.С. Мир общения / М.С.Каган. - М. : Политиздат, 1988.
8. Канке, В.А. Этика ответственности. Теория морали будущего / В.А.Канке. – М. : Омега-Л, 2000.

9. Капто, А.С. Профессиональная этика / А.С. Капто. - М., Ростов-на-Дону, 2006.
10. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М., 2000.
11. Коммуникация: теория, методы исследования, технологии: учебное пособие / В.Р.Вашкевич, [и др.]. - Минск. : РИВШ БГУ, 2004.
- 12.Лазаревич, А.А. Глобальное коммуникационное общество / А.А.Лазаревич. – Минск : 2008.
- 13.Макинтайр, А. После добродетели: Исследования теории морали. / Пер. с англ. - М., 2000.
- 14.Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. – М., 2007.
- 15.Назарчук, А.В. Теория коммуникации в современном обществе / А.В. Назарчук. - М., 2009.
- 16.Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология. – М., 1999.
- 17.О праве лгать / Под ред. Р.Г. Апресяна. – М., 2011.
- 18.Прикладная этика : экспертный потенциал. Ведомости прикладной этики. Вып. 41 / Под ред. В.И. Бакштановского, В.В. Новоселова. – Тюмень : НИИ ПЭ, 2012.
- 19.Разин, А.В. Этика: Учебник для вузов / А.В. Разин. - М.: Академический проект, 2008. – 624 с.
- 20.Ролз, Дж. Теория справедливости / Перевод с англ. – Новосибирск : Изд-во НГУ, 1995.
- 21.Франк, С.Л. Духовные основы общества / С.Л. Франк. - М. : Республика, 1992.
- 22.Франкл, В. Человек в поисках смысла / В.Франкл. – М., 1990.
- 23.Фредерикс, Р. Деловая этика и философский прагматизм / Р.Фредерикс, Э.Петри // Вопросы философии. – 1996. – №3.
- 24.Фромм, Э. Психоанализ и этика / Э.Фромм. – М. : Республика, 1998.
- 25.Фукуяма, Ф. Доверие: Социальные добродетели и путь к процветанию / Ф.Фукуяма. – М., 2004.
- 26.Хабермас, Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. – СПб.: Наука, 2000.
- 27.Хилл, Н. Золотое наследие / Н. Хилл, Д. Уильямсон. – Минск : 2011.
- 28.«Что такое хорошо и что такое плохо?» в прикладных моралях. Ведомости прикладной этики. Вып. 43 / Под ред. В.И. Бакштановского, В.В. Новоселова. – Тюмень : НИИ ПЭ, 2013.
- 29.Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник. – М., 2005.
30. Professional ethics // International encyclopedia of ethics. London-Chicago, 1995.

Литература к теме 2
«Прикладная этика и средства массовой информации»

1. Абрамов, М.Г. Этика Интернета: насущная необходимость и трудности роста / М.Г. Абрамов // Человек. – 2012. – №3.
2. Аврамов, Д.С. Профессиональная этика журналиста / Д.С. Аврамов. – М., 1999.
3. Алексеева, И.Ю. Компьютерная этика: история, проблемы, перспективы / И.Ю. Алексеева, А.В. Сидоров, Е.Н. Шклярник. – М. : Нанотехнопьютер, 2008.
4. Алексеева, И.Ю. Что такое компьютерная этика / И. Ю. Алексеева, Е.Н. Шклярник // Вопросы философии. – 2007. – №9.
5. Бабкин, Б.А. Интеллектуальная собственность в Интернет / Б.А.Бабкин. – М., 2006.
6. Вирильо, П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирильо. – М., 2002.
7. Виртуалистика: экзистенциальные и эпистемологические аспекты. – М., 2004.
8. Влияние Интернета на сознание и структуру знания. – М., 2004.
9. Войскунский, А.Е. Становление киберэтики: исторические основания и современные проблемы / А.Е. Войскунский, О.А. Дорохова // Вопросы философии. – 2010. – №5.
10. Галинская, И.Л. Компьютерная этика, информационная этика, киберэтика / И.Л. Галинская. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ilgalinsk.narod.ru/>.
11. Галинская, И.Л. Этико-правовое пространство информационно-компьютерных технологий / И.Л. Галинская, А.И. Панченко // Новые инфокоммуникационные технологии в социально-гуманитарных науках и образовании. – М. : Логос, 2003. С. 112-132.
12. Давлетханов, М. Конфиденциальность работы в Сети / М. Давлетханов // Softkey.info [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.softkey.info/reviews/review777.php>.
13. Дейкстра, Э.В. Смиренный программист / Э.В. Дейкстра // Лекции лауреатов премии Тьюринга. – М., 1993.
14. Доля, А. Иллюзия приватности / А. Доля. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.citcity.ru/15499/>.
15. Иванов, Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. / Д.В. Иванов. – СПб., 2002.
16. Интернет – Культура – Этика: материалы 8 Энгельмейеровских чтений (октябрь – ноябрь 2005). – М., Дубна, 2006.
17. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г.Кара-Мурза. - М., 2008.
18. Карделлан, К. Грезийон Г. Дети процессора. Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых / К. Карделлан, Г. Грезийон. – М.,

2006.

19. Касперски, К. Техника и философия хакерских атак / К. Касперски. – М., 1999.

20. Компьютерная этика и компьютерное право в США и Австралии: обзор. – М., 1989.

21. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet: Блоги: новая реальность: Сб.ст. – СПб., 2006.

22. Майнен, К. Виртуальная этика / К. Майнен // Библиотеки за рубежом. – СПб.-М., 1998.

23. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М., 2007.

24. Малюк, А.А. Этика в сфере информационных технологий / А. А. Малюк, О.Ю. Полянская, И.Ю. Алексеева. – М. : Горячая линия-Телеком, 2013.

25. Муратов, С.А. ТВ – эволюция нетерпимости: История и конфликты этических представлений С.А. Муратов. – М., 2001.

26. Познин, В.Ф. От пиктограммы до Интернета. Краткий очерк развития средств информации и коммуникации / В.Ф.Познин. – СПб., 2001.

27. Почепцов, Г.Г. Информационные войны Г.Г. Почепцов. – М., 2000.

28. Преступления против информационной безопасности. - Брест, 2000.

29. Смирнов, Ф.О. Искусство общения в Интернет. Краткое руководство / Ф. О.Смирнов. – М., 2006.

30. Человек в информационно-коммуникационных сетях (Материалы круглого стола) // Человек. – 2012. – №5.

31. Экслер, А. Общение в Интернет / А.Экслер. – М., 2006.

32. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. - М., 2006.

33. Этика СМИ. – М., 2003.

34. Этичность в Сети: лекарство от Интернет-угроз или новая демагогия? [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.content-filtering.ru/catalog.asp?ob_no=2962.

35. Ackermann M.F. Information, ethics and the law: a guide for information practitioners, students and the corporate environment. Pretoria, South Africa, 2006.

36. Computer ethics. Burlington, 2007.

37. Computer ethics: Basic Concepts and Historical Overview. Stanford Encyclopedia of Philosophy. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://plattj.stanford.edu/entries/ethics-computer/>.

38. Information Technology and Moral Philosophy (Cambridge Studies in Philosophy and Public Policy) [edited by] Jeroen van den Hoven, John Weckert, Cambridge University Press; First edition, 2008.

39. Internet Ethics. Houndmills etc., 2000.

40. Moor, J.H. What is Computer ethics? Metaphilosophy, Vol. 16, №4, pp. 266-275, 1985.

41. Spinello, R.A. CyberEthics: Morality and Law in Cyberspace, Sudbury, MA: Jones and Bartlett, 2000.

42. Stamatellos G. Computer ethics: a global perspective. Sudbury, Mass., 2006.
43. Tavani, H.T. Ethics and Technology: Controversies, Questions, and Strategies in Ethical Computing. Third Edition, John Wiley & Sons Publishers, 2010.
44. Virtual morality: morals, ethics + new media. New York, 2003.

Литература к теме 3 «Этика PR-деятельности и рекламы»

1. Авдеева, И. А. Этика PR. Теоретико-философский анализ / И. А. Авдеева. – Тамбов, 2011.
2. Ботавина, Р.Н. Этика деловых отношений / Р. Н. Ботавина. – М., 2002.
3. Бочаров, М.П. История публичных отношений: нравы, бизнес, наука / М.П. Бочаров. – М., 2007.
4. Буари Филипп, А. Публичных отношений, или стратегия доверия / А. Буари Филипп. – М., 2001.
5. Катлип Скотт, М. Публичных отношений. Теория и практика / М. Катлип Скотт, Х. Сентер Ален, М. Брум Гелен. – М., 2001.
6. Кеглер, Т. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, Д. Тестерман. – М., 2003.
7. Королько В.Г. К вопросу о социальной роли и этике публичных отношений. // <http://www.i-soc.com.ua/rus/u2000.html>
8. Медведев, М. Этика рекламной деятельности: учебное пособие / М. Медведев. – М. : Юнити-Дана, 2004.
9. Ньюсом Д., Терк Д.В., Крукеберг Д. Все о PR. Теория и практика публичных отношений / Д. Ньюсом, Д. Ван Терк, Д. Крукеберг. – М. : Инфра-М, 2011.
10. Перси, Л., Эллиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний / Л. Перси, Р. Эллиот. – М., 2008.
11. Пронина, Е.Е. Психологическая экспертиза рекламы / Е.Е. Пронина. – М., 2000.
12. Разин, А.В. Этика PR-деятельности / А.В. Разин // Общественная мораль. – М., 2009.
13. Рюмшина, Л. И. Манипулятивные приемы в рекламе / Л.И.Рюмшина. – М., 2004.
14. Самое главное в PR / Пер. с англ. – СПб., 2004.
15. Селиверстов, С.Э. Социальная реклама: искусство воздействия словом / С.Э. Селиверстов. – Самара, 2006.
16. Тульчинский, Г. Л. Р.Р. Репутация, влияние, связи с прессой и общественностью, спонсорство / Г.Л. Тульчинский. – СПб, 1994.
17. Уэллс, У. Реклама: принципы и практика / У. Уэллс, С. Мориарти, Дж. Бернетт. – СПб., 2008.
18. Харитонов, М.В. Реклама и PR в массовых коммуникациях / М. В. Харитонов. – СПб., 2008.

19. Юэн, С. PR! Или умение «раскручивать». Социальная история паблик рилейшнз / С. Юэн. – М., 2006.

***Литература к теме 4 «Этика бизнеса в деятельности
специалиста по коммуникации»***

1. Агапова, И. И. Экономика и этика: аспекты взаимодействия / И. И. Агапова. – М. : Юристъ, 2002.
2. Алехина, И.В. Имидж и этикет в бизнесе / И.В. Алехина. – М., 2003.
3. Барышников, М.Н. История делового мира / М.Н.Барышников. – М., 1994.
4. Гастелану, Р. Р. Кросс-культурное поведение в бизнесе / Р. Р. Гастелану. – Днепропетровск, 2003.
5. Де Джордж, Р.Т. Деловая этика: В 2 т. / Пер. с англ. - М. : Прогресс, 2001.
6. Иванов, А.И. Честь превыше прибыли. Российская деловая культура / А.И. Иванов // Социальное партнерство. – 2005. – №2.
7. Козловски, П. Принципы этической экономики. – СПб. : Экономическая школа, 1999.
8. Кустарев, А. Бизнес, мораль, морализм // Pro et Contra. – 2004. – Т.8. – №3.
9. Лучко, М.Л. Этика бизнеса – фактор успеха / Лучко, М.Л. – М. : ЭКСМО, 2006.
10. Льюис, Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Перевод с англ. – М., 2001.
11. Мясоедов, С.П. Основы кросс-культурного поведения в бизнесе. Как вести бизнес с представителями других стран и культур / С.П. Мясоедов. – М., 2003.
12. Нуруллина, Г. Исламская этика бизнеса / Г. Нуруллина. – М., 2004.
13. Орлов, В.И. Философия бизнеса в обществах переходного периода / В.И. Орлов. – Минск : Экономпресс, 2004.
14. Петрунин, Ю.Ю. / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. - Этика бизнеса : учебник. – М. : Издательство Проспект, 2007. – 352 с.
15. Политическая и экономическая этика. - М. : ФАИР-ПРЕСС, 2001.
16. Портер, М., Креймер, М. Капитализм для всех // Harvard Business Review. Россия. 2011. Март.
17. Рих, А. Хозяйственная этика / А. Рих. – М. : Посев, 1996.
18. Соловьев, В.С. Экономический вопрос с нравственной точки зрения // Соловьев, В.С. Оправдание добра. Соч. В 2 т. Т.1. – М. : Мысль, 1988.
19. Спивак, В.А. Современные бизнес-коммуникации [Электронный ресурс]. – <http://www.iworld.ru/attchment.ptp?darcod=9785318007168at=exc8n=0>
20. Уткин, Э.А. Этика бизнеса : учебник / Э.А. Уткин. – М. : Зерцало, 2001.

21. Фритцше, Д.Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива / Д.Дж. Фритцше. – М. : Олимп-Бизнес, 2002.
22. Хакер, С. От доверительных отношений к устойчивому бизнесу / С. Хакер. – М., 2009.
23. Хоман, К. Экономическая и предпринимательская этика / К. Хоман, Ф. Бломе-Дерез. – М., 2001.
24. Эпштайн, Э.М. Этика бизнеса как научная дисциплина: прошлое, настоящее и будущее (анализ американского опыта) // Вестник Санкт-Петерб. Ун-та. Сер. 7. – 2002. – Вып 3.

Литература к теме 5 «Этика менеджмента»

1. Адизес Ицхак. Идеальный руководитель. – М., 2007.
2. Бойдел, Т. Как улучшить управление организацией / Т. Бойдел. – М., 2000.
3. Ботавина, Р.Н. Этика менеджмента : учебник / Р.Н.Ботавина. – М. : Финансы и статистика, 2001.
4. Веряскина, В.П. Управление развитием человеческого капитала: модели менеджмента и практика / В.П. Веряскина // Философские науки. – 2012. - №6.
5. Вудкок, М. Раскрепощенный менеджер / М.Вудкок, Д.Фрэнсис. – М., 1991.
6. Головина, Г.В. Деловая культура руководителя / Г.В.Головина, А.А.Прокопчук. – М. : Литера, 2010. – 160 с.
7. Громова, Л.А. Этика управления : Уч.-метод. пособие / Л.А. Громова. – СПб. : Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007.
8. Де Джордж, Р.Т. Деловая этика: В 2 т. / Пер. с англ. – М. : Прогресс, 2001.
9. Друкер, П.Ф. Менеджмент / П.Ф. Друкер. – М., 2010.
10. Капшук, О.Н. Этика и психология делового общения руководителя и подчиненного / О.Н.Капшук. – Ростов-на-Дону, 2008.
11. Коул, Дж. Управление персоналом в современных организациях / Дж. Коул. – М., 2005.
12. Менегетти, А. Психология лидерства / А. Менегетти. – М., 1996.
13. Пугачев, В.П. Тесты, деловые игры, тренинги в управлении персоналом / В.П. Пугачев. – М., 2001.
14. Сафьянов, В.И. Этика общения: проблема разрешения конфликтов / В.И. Сафьянов. – М., 1997.
15. Семенов, А.А., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса / А.А. Семенов, Е.Л. Маслова. – М., 2000.
16. Управление организацией: Энциклопедический словарь / Под ред. А. Г. Поршнева, А. Я. Кибанова, В. Н. Гунина. – М. : ИНФРА-М, 2001.
17. Хомский, Н. Прибыль на людях / Н. Хомский. – М., 2002.
18. Шепель, В.М. Управленческая этика / В.М. Шепель. – М., 1989.

Литература к теме 6 «Корпоративная этика»

1. Бизнес-этика / автор-составитель И.Н.Кузнецов. – М. : Изд.-торговая корпорация «Дашков и К`», 2007.
2. Глобальный договор. – Минск. : Представительство ООН в РБ, 2006.
3. Иванов М.А. Организация как ваш инструмент: Российский менталитет и практика бизнеса / М.А. Иванов, Д.М. Шустерман. – М., 2006.
4. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К. ; Захаров, В.Г.Коновалова; под ред. А.Я.Кибанова.– М. : ИНФРА-М, 2012. – 424 с.
5. Корпоративная культура: проблемы и тенденции развития в мире и России. – М.: Наука, 2011.
6. Корпоративная этика. – М., 2003.
7. Огурцов, А.П. Ценностные ориентации внутри корпоративной культуры: методы и итоги исследований / А.П. Огурцов // Философия и культура. – 2009. – №1.
8. Петрунин, Ю.Ю. / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. - Этика бизнеса : учебник. М. : Издательство Проспект, 2007.
9. Роджерс, Э. Коммуникация в организациях / Э. Роджерс, Р. Агарвала-Роджерс. - М., 1980.
10. Симхович, В.А. Корпоративная социальная ответственность: философско-управленческие аспекты современного бизнеса / В.А. Симхович. – Минск : 2011.
11. Спивак, В.А. Корпоративная культура / В.А.Спивак. – СПб. : Питер, 2001.
12. Социальная ответственность как фактор устойчивого развития. – М., 2014.
13. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность / Г.Л.Тульчинский. – СПб., 2006.
14. Ульяновский, А.В. Стратегия корпоративного имиджа и управление лояльностью / А.В. Ульяновский. – СПб., 2006.
15. Управление организацией: Энциклопедический словарь / Под ред.А.Г.Поршнева, А.Я.Кибанова, В.Н.Гунина. – М. : ИНФРА-М, 2001.
16. 16.Martino, G. F. De The Economist's Oath. On the Need for and Content of Professional Economic Ethics. N.Y. : Oxford univ. press, 2011.

Литература к теме 7 «Этика деловой коммуникации»

1. Антонов, В. Сетевой этикет или как «не наломать дров» при общении в Интернете / В. Антонов // «Компьютер Центр». – 2005. - №116. [Электронный ресурс]/ - Режим доступа : <http://paper.key.ru/arts/173/>.
2. Байбурин, А.К. У истоков этикета / А.К.Байбурин, А.Л.Топорков. – Л. : Лениздат, 1990.

3. Беркли, А.М. Забытое искусство слушать / А.М.Беркли. – СПб., 1997.
4. Берн, Э. Игры, в которые играют люди. Люди, которые играют в игры. / Э.Берн. – М., 1998.
5. Биркенбил, В. Язык интонации, мимики, жестов / В. Биркенбил. – СПб., 1997.
6. Бэннет, К. Деловой этикет и протокол: краткое руководство для профессионала / К. Бэннет. – М. : Омега-Л, 2008.
7. Ведение переговоров и разрешение конфликтов. – М., 2006.
8. Вечер, Л.С. Секреты делового общения / Л.С. Вечер. – Минск : 1996.
9. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин. – М., 2002.
10. Денни, Р. Есть контакт! Приемы деловых коммуникаций / Р. Денни. – СПб., 2002.
11. Джонсон К., Деловая этика / К. Джонсон, И. Абрамов. – Вашингтон, 2005.
12. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л.Доценко. – СПб. : Речь, 2004.
13. Зарецкая, Е.Н. Деловое общение: учебник: В 2 т. / Е.Н.Зарецкая. – М. : Дело, 2008.
14. Искусство разговаривать и получать информацию: хрестоматия. – М., 1993.
15. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я.Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г.Коновалова; под ред. А.Я.Кибанова.– М. : ИНФРА-М, 2012. – 424 с.
16. Кошлякова, М.О. Социальное пространство имиджа / М.О. Кошлякова. – М. : ИНФРА-М, 2013.
17. Курбатов, В.И. Стратегия делового успеха / В.И.Курбатов. – Ростов-на Дону : Феникс, 1995.1
18. Кузин, Ф.А. Современный имидж делового человека, бизнесмена, политика / Ф.А.Кузин. – М. : Ось-89, 2008.
19. Ламперер, А. Первый шаг: спутник переговорщика / А. Ламперер, А. Колсон. – М., 2014.
20. Митрошенков, О.А. Эффективные переговоры / О.А.Митрошенков. – М. : ИНФРА-М, 2000.
21. Михалькевич, Г.Н. Протокол и этикет международного общения / Г.Н.Михалькевич. - Минск : 2003.
22. Немировская, Л.З. Этико-деловые отношения / Л.З. Немировская. - М., 1991.
23. Панасюк, А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники / А.Ю. Панасюк. – М., 2008.
24. Пиз, А. Язык телодвижений / А.Пиз. – Н. Новгород : Ай-Кью, 1994.
25. Пост, П. Деловой этикет. Персональные коммуникации для

профессионального успеха / П.Пост. – М., 2008.

26. Почепцов, Г.Г. Имиджология / Г.Г.Почепцов. – М : Рефл-бук, Киев : Ваклер, 2000.

27. Психология делового общения. Хрестоматия. Самара, 2006.

28. Психология и этика делового общения: учебник для студентов вузов / Под ред. В.Н.Лавриненко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 415 с.

29. Свилас, С.Ф. Международная деловая этика: Исторические и региональные аспекты / С.Ф.Свилас. - Минск : 1995.

30. Современный этикет. / Автор-составитель Н.В.Белов. Минск : 2008.

31. Фишер, Р. Путь к соглашению или Переговоры без поражений / Р.Фишер, У.Юри. – М. : Наука, 2006.

32. Ханиш, Х. Деловой этикет для работы и карьеры / Х. Ханиш. – М. : Омега-Л, 2007.

33. Шейнов, В.П. Психология и этика делового контакта / В.П.Шейнов. – Минск : 1996.

34. Шепель, В.М. Имиджология. Секреты личного обаяния / В.М.Шепель. – М. : ЮНИТИ, 1996.

35. Шостром, Э. Антикларнеги или человек-манипулятор / Э. Шостром. – М., 1992.

36. Щербинина, Ю.В. Вербальная агрессия / Ю.В.Щербинина. – М., 2006.

37. Ягер, Дж. Деловой этикет. Как выжить и преуспеть в мире бизнеса / Дж.Ягер. – М. : Джон Уайли энд санз, 1994.

Литература к теме 8 «Научно-исследовательская деятельность специалиста по социальным коммуникациям: этический аспект»

1. Агацци, Э. Моральные измерения науки и техники / Э. Агацци. – М., 1998.

2. Алексеева, И.Ю. Самосознание ученого / И. Ю. Алексеева // Ведомости прикладной этики. Вып. 40. – Тюмень : НИИ ПЭ, 2012.

3. Белоусов, Я.П. Этика научного работника / Я.П. Белоусов. – Алма-Ата, 1995.

4. Гутнер, Г.Б. Проблема риска и ответственности субъекта научной коммуникации / Г.Б. Гутнер. – М., 2008.

5. Мышление ученого вчера и сегодня. – М., 2012.

6. Новые инфокоммуникационные технологии в социально-гуманитарных науках и образовании: современное состояние, проблемы, перспективы развития. – М., 2003.

7. Саввина, О.В. Исследования в области этики научного сообщества и тенденции ее развития / О.В. Саввина // Философия и культура. – 2011. – №5.

8. Фролов И.Т. Этика науки: проблемы и дискуссии / И.Т. Фролов, Б.Г. Юдин. – М. : Политиздат, 1986.

9. Шаталов, А.С. Фальсификация, подделка, подлог / А.С. Шаталов. – М., 1999.
10. Этика и ответственность науки // Человек. – 2000. – №5.
11. Этика науки / Под ред. В.Н.Игнатъева. – М., 2007.
12. Этика науки / Под ред. В.И. Бакштановского, Н.Н. Карнаухова. – Тюмень, 2001.
13. Эмос науки / Отв. ред. Л.П.Киященко, Е.З.Мирская. – М., 2008.
14. Эмос науки. – Минск : 2002.
15. Юдин, Б.Г. О возможности этического измерения науки / Б.Г. Юдин // Человек. – 2000. – №5.
16. Юдин, Б.Г. Человеческие ориентиры науки в обществе знания / Б.Г. Юдин // Человек в мире знания. – М., 2012.

Электронные источники:

1. www.ethicscenter.ru/index.html - образовательный ресурсный центр «Этика»;
2. www.tsogu.ru/institutes/nii/folder - НИИ прикладной этики Тюменского ГНГУ; www.tsogu.ru/nii/ethics/zhurnal-vedomosti/ - журнал «Ведомости прикладной этики»
3. www.iph.ras.ru/page49831142.htm - ежегодник «Этическая мысль»
4. www.etika.ru – образовательный проект об этике в Интернете;

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Диагностика результатов учебной деятельности включает отметку о работе на семинарах (учитываются качество освоения студентами вопросов к семинарскому занятию, число и содержание устных ответов и выступлений студентов, а также их активность в рамках проводимых дискуссий), отметку о выполнении задания управляемой самостоятельной работы, оценку письменных заданий, выполненных по темам реферативных работ.

Оценка за ответы на семинарских занятиях включает уместность и полноту ответа, грамотность в использовании этических категорий, умение сопоставлять, сравнивать, приводить примеры из практики.

Оценка участия в учебной дискуссии включает содержательность выступления, точность и приемлемость аргументов, активность.

Оценка выполнения заданий управляемой самостоятельной работы включает своевременность представления работы, содержание и полноту разработки задания, качество использованных источников и правильность цитирования, степень самостоятельности выполнения задания (за идентичные работы выставляется средняя оценка).

Оценка выполнения самостоятельной работы (проекта) включает оригинальность авторского подхода, содержательное разнообразие описаний и

объяснений, небанальность выводов, разносторонность подхода к изучаемому феномену, использование знаний из различных областей, личностная заинтересованность в достигнутых результатах. Критерии оценки самостоятельной работы: актуальность, новизна и степень сложности темы; содержание и полнота раскрытия темы; структура и последовательность изложения; источники и их интерпретация; последовательность и аккуратность выполнения и оформления работы.

Отчет о выполнении самостоятельной работы (проекта) представляется в виде презентации для учебной группы. Качество презентации оценивается по следующим критериям: мастерство владения аудиовизуальными средствами подачи информации, стиль изложения информации и ее удобство для восприятия, самостоятельная (групповая) подготовка проекта и презентации – при групповой подготовке следует отразить вклад каждого участника, реакция учебной группы на презентацию (наличие вопросов, положительных или отрицательных откликов, критики, эмоциональные реакции участников).

Формой текущей аттестации по дисциплине «Профессиональная этика» учебным планом предусмотрен зачет.

Оценка результатов учебной деятельности студентов осуществляется по десятибалльной шкале.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Формирование оценки текущей успеваемости:

- ответы на семинарских занятиях – 25 %;
- инициирование дискуссий участие в них – 10%;
- эссе – 15%
- выполнение самостоятельной работы – 35 %;
- презентация проекта – 15%.

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и зачетной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Вес оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, оценка на зачете – 50 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Тема 8. Научно-исследовательская деятельность специалиста по социальным коммуникациям: этический аспект (2 ч.)

Задание 1. Нравственные ориентиры и ограничения социально-гуманитарного знания, научных исследований коммуникации.

Задание 2. Наука и СМИ. Проблемы ответственности и свободы.

Задание 3. Социально-нравственная регламентация научной деятельности:

клятвы, обязательства, кодексы научных сообществ.

Задание 4. Международные общенаучные конвенции. Всемирная комиссия по этике научных знаний и технологии при ЮНЕСКО.

Задание 5. Этика науки и профессиональная этика. Нормы научной этики.

Задание 6. Этика науки в контексте глобальных коммуникационных процессов.

Задание 7. Статус и ранг ученого. Этикет в научном сообществе.

Задание 8. Правила научного общения (дискуссия, полемика, оппонирование, рецензирование, опровержение, др.).

Форма контроля: Письменные ответы на вопросы по материалам курса.

Примерная тематика семинарских занятий

Семинар № 1 Этика и мораль. Профессиональная этика специалиста по социальным коммуникациям (2ч.)

Теоретико-методологические основания профессиональной этики коммуникативной деятельности. Основные теоретические модели современной этики. Деонтологическая этика и утилитаризм. Ситуативная этика. Теория справедливости Дж. Ролза. Этика ответственности. Этика дискурса Ю. Хабермаса. Этика добродетели А. Макинтайра. Этические программы и принципы в профессиональной этике (индивидуализм, коллективизм, патриотизм, гедонизм).

Семинар № 2. Прикладная этика и средства массовой информации (2ч.)

Обеспечение и ограничение информационных прав. Проблемы этики СМИ (инфоэтики). Принципы и добродетели инфоэтики. Этические аспекты виртуальной коммуникации. Этика виртуальной реальности, ценности информационной сферы. Истоки и современное состояние компьютерной этики, создание и использование кодексов компьютерной этики. Сетевая этика. Интернет-этика. Морально-правовое регулирование и саморегулирование в сетевых сообществах. Сетевой этикет. Морально-этические основания творческой деятельности в Интернете

Семинар № 3. Этика PR-деятельности и рекламы (2ч.)

Сферы деятельности PR-специалиста, использование СМИ в PR деятельности. СМИ и этика PR. Профессиональные кодексы PR-специалистов, национальные и международные организации PR-специалистов. Международные документы о защите прав человека как нравственно-правовые основания кодексов PR-деятельности. Нормативное содержание кодексов PR-деятельности (принципы права на информацию, открытости, правдивости, др.), их применение. Личность PR-специалиста. Коллективные решения и

нравственные качества личности PR-специалиста. Морально-этические проблемы рекламной деятельности. Социальная реклама, этические аспекты рекламы в Интернете. Разделение моральной ответственности в рекламе. Законы о рекламе.

Семинар № 4. Этика менеджмента (2ч)

Морально-этические параметры менеджмента. Моральные принципы управления: запреты в деятельности менеджера; моральные принципы, специфичные для различных уровней менеджмента. Стили руководства. Лидерство. Профессиональные и личные качества руководителя и подчиненного. Моральное воздействие в организационно-управленческой деятельности, его формы и методы. Критика, поощрение, наказание. Конфликтные ситуации, их анализ и разрешение. Специфика морального конфликта. Профессионально-этические кодексы менеджмента, их значение. Правила поведения для подчиненного. Морально-психологические механизмы самоконтроля.

Семинар № 5. Этика бизнеса в деятельности специалиста по коммуникации (2ч.)

Компоненты этики бизнеса. Концепция социальной ответственности бизнеса. Концепции институциональной этики бизнеса. Концепция моральной нейтральности бизнеса. Проблемы этики бизнеса (проблема доверия и конкуренции в этике бизнеса, нечестная конкуренция, коррупция, непредоставление информации и промышленный шпионаж; права человека и дискриминация, др.)

Семинар № 6. Корпоративная этика (2ч.)

Основные компоненты корпоративной культуры. Корпоративная культура и корпоративная этика. Этика организации. Профессиональная солидарность и корпоративизм. Феномен корпоративного духа. Корпоративный эгоизм. Специфика моральной регуляции в корпорациях. Корпоративные этические кодексы; деятельность этических комиссий; этическая экспертиза и консультирование. Проблемы корпоративной этики: различные «служебные аномалии», повышение этического уровня организации, взаимодействие различных деловых культур, др.

Семинар № 7. Этика деловой коммуникации (2ч.)

Формы деловой коммуникации. Особенности межкультурной деловой коммуникации. Морально-этические основы и правила межкультурной деловой коммуникации. Понятие и функции этикета. Деловой этикет. Принципы делового этикета: общие и частные. Имидж в условиях современной цивилизации. Деловой имидж, его свойства. Имидж, обаяние, деловая репутация. Компетентность, порядочность, надежность как базовые деловые качества. Дресс-код и обаяние внешности.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются:

- **метод группового обучения**, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями;

- **метод учебной дискуссии**, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения;

- **метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод)**, который предполагает приобретение обучающимися знаний и умений для решения практических задач исходя из опыта взаимодействия со смоделированной или действительной ситуацией, имевшей место ранее;

- **метод смыслового видения**, который предполагает комплексное, и рациональное и чувственное, обращение к изучаемому объекту для установления причины явлений, понимания внутренней организации объектов, выявления отличительных черт и выявления сущностных признаков объектов и процессов;

- **методы и приемы развития критического мышления**, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимании информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы:

- поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по разделам курса;

- подготовка по вопросам семинарских занятий;

- изучение материала, выносимого на самостоятельную проработку;

- выполнение задания управляемой самостоятельной работы;

- подготовка самостоятельной работы (проекта);

- подготовка презентации.

Темы реферативных работ (проектов)

1. Феномен профессионализма: этический аспект (обзор этических источников).
2. Миссия профессии и смысложизненный выбор личности.
3. Феномен доверия в деловых отношениях (на основе аналитического обзора книги Ф.Фукуямы «Доверие»).
4. Феномен обмана в деловых отношениях (на основе аналитического обзора книги Д.И.Дубровского «Обман»).
5. Формирование корпоративного духа в белорусской деловой среде: проблемы и перспективы.
6. Морально-психологические проблемы формирования имиджа. Язык Интернет-коммуникации: этический аспект.
7. Этическая экспертиза определенных PR-кампаний, рекламных кампаний.
8. Компаративный анализ этических институтов (кодексов, организаций различных профессиональных сообществ или корпораций).
9. PR-проект на избранную тему.
10. Проект социальной рекламы на избранную тему.
11. Этические основания деятельности специалистов PR и/или рекламы;
12. Этические основания корпоративной социальной ответственности;
13. Корпоративная этика; Этика виртуальной коммуникации, сетевой коммуникации;
14. Реализация и эффективность этических институтов (этических кодексов, комиссий и т.п.).
15. Модель профессиональной этики своей профессии (миссия профессии, философско-мировоззренческий и нормативно-организационный уровни профессиональной этики).
16. Сценарий ток-шоу на определенную тему профессиональной этики.
17. «Сборник афоризмов» – известных и не очень высказываний одной или нескольких влиятельных в сфере социальных коммуникаций персон.
18. «Заметки блогера». Сборник собственных записок и наблюдений на темы профессиональной этики.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Предмет этики; специфика, структура и функции морали. Современная прикладная этика и профессиональная этика.
2. «Моральное измерение» профессии. Общие и частные принципы, кодексы, этические комиссии, др. Профессионализм. Профессиональный успех.
3. Проблемное поле профессиональной этики специалиста по коммуникации.
4. Основные теоретические модели современной прикладной этики.

5. Коммуникативная деятельность в условиях информационной цивилизации.
6. Этика СМИ (инфоэтика): предмет и структура.
7. Дилеммы и проблемы этики СМИ (инфоэтики). Принципы и добродетели инфоэтики.
8. Этические аспекты виртуальной коммуникации. Интернет-этика. Морально-правовое регулирование и саморегулирование в сетевых сообществах.
9. Компьютерная этика: истоки и современное состояние. Создание и использование кодексов компьютерной этики.
10. Социокультурные предпосылки, нравственные основания и противоречия становления профессиональной PR-деятельности. Значение профессиональной этики PR для репутации и успешности профессии.
11. Национальные и международные организации PR-специалистов, профессиональные кодексы PR-специалистов.
12. Морально-этические проблемы рекламной деятельности. Нравственные ограничения рекламы, их обоснование. Разделение моральной ответственности в рекламе. Законы о рекламе.
13. Предмет этики бизнеса, ее дилеммы. Социально-нравственный смысл предпринимательской деятельности. Ценности бизнеса.
14. Концепция социальной ответственности бизнеса: основные подходы.
15. Проблема доверия и конкуренции в этике бизнеса. Ф. Фукуяма о культурах доверия в бизнесе. Моральные коллизии предпринимательской деятельности в условиях современного рынка.
16. Менеджмент как современная профессиональная деятельность: морально-этические параметры. Профессионально-этические кодексы менеджмента, их значение.
17. Стили руководства, лидерство, личность руководителя и подчиненного.
18. Моральное воздействие в организационно-управленческой деятельности, его формы и методы.
19. Корпоративная этика. Особенности корпоративных отношений, их морально-этические следствия и проблемы. Корпоративная культура и корпоративная этика. Кодексы корпоративной этики.
20. Этика организации. Корпоративизм как этический принцип; профессиональная солидарность и корпоративизм. Феномены корпоративного духа и корпоративного эгоизма.
21. Специфика деловой коммуникации: понятие, цели, динамика, основные стратегии. Культура общения: морально-этические основы. «Барьеры» коммуникации и способы их преодоления.
22. Морально-этические основы и правила межкультурной деловой коммуникации.
23. Понятие и функции этикета. Социально-субординационный и нравственный смысл этикета. Принципы делового этикета.

24. Феномен имиджа в условиях современной цивилизации. Имидж персоны и организации. Управление и манипуляции имиджем.

25. Этика научной деятельности. Нравственные ориентиры и ограничения социально-гуманитарного знания, научных исследований коммуникации. Социально-нравственная регламентация научной деятельности, примеры международных общенаучных конвенций.

26. Этика ученого. Свобода научного поиска и нравственная ответственность ученого, гуманистические ориентиры в научном исследовании. Нормы научной этики.

27. Этикет в научном сообществе. Статус и ранг ученого. Правила научного общения (дискуссия, полемика, оппонирование, рецензирование, опровержение, др.).

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

| Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
|---|---------------------------------|---|---|
| 1. Социальная политика | Кафедра социальной коммуникации | нет | Вносить изменения не требуется. (протокол № 7 от 05.03.2020 г) |

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**
на 20 /20 учебный год

| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|-------|------------------------|-----------|
| | | |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры философии культуры (протокол № _____ от _____ 20 г.)

Заведующий кафедрой философии культуры

кандидат философских наук, доцент _____ В.С. Сайганова

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета философии и социальных наук

кандидат исторических наук, доцент _____ В.Ф. Гигин