



## Етика публічної комунікації

Кредити та кількість  
годин:

3 ECTS; 90 годин: 20 лекційних, 24 практичних та 44 самостійна  
робота; екзамен

### I Опис навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна "Етика публічної комунікації" спрямована на розуміння та застосування етичних принципів в сфері комунікації. Ця дисципліна дозволяє студентам не лише розвинути свідомість щодо моральних аспектів рекламних та PR-кампаній, а й набути практичних навичок вирішення етичних дилем у професійній діяльності.

У процесі вивчення дисципліни, студенти ознайомляться з основними концепціями етики та її роллю у публічних комунікаціях; розглянуть етичні норми, які повинні керувати створенням та поширенням рекламних та PR-матеріалів. Особлива увага буде приділена аналізу впливу публічних комунікацій на суспільство, споживачів та глобальні етичні виклики, що виникають у цих сферах.

Студенти також зможуть розробити навички вирішення етичних конфліктів та суперечок, що можуть виникати в практиці роботи рекламних та PR-професіоналів. Застосування кейс-стаді та рольових ігор допоможе студентам розвинути критичне мислення та вміння приймати обґрунтовані етичні рішення у складних ситуаціях.

### II. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета дисципліни "Етика публічної комунікації" для студентів освітньої програми "Реклама і PR" полягає в формуванні глибокого розуміння етичних аспектів в сфері публічних комунікацій, розвитку етичних навичок та вмінь вирішувати складні моральні дилеми в професійній діяльності.

Завдання дисципліни:

- Вивчення ключових термінів та концепцій, що стосуються етичних аспектів у сфері реклами і PR.
- Вивчення норм та принципів, що регулюють взаємодію з аудиторією, створення рекламних матеріалів та проведення PR-кампаній.
- Дослідження взаємозв'язку між рекламою, PR та соціокультурними аспектами, розуміння впливу на цінності та думки суспільства.
- Вироблення вмінь аналізувати складні етичні ситуації, розробляти альтернативні рішення та вибирати найбільш відповідальний шлях.
- Розробка етичних кампаній, які підтримують позитивний імідж брендів, розуміння важливості створення довіри та довгострокових відносин з клієнтами та аудиторією.

Ця дисципліна сприяє формуванню професійної етичності, яка є важливою складовою успішної кар'єри в сфері реклами та PR, а також сприяє розвитку глибокого розуміння впливу комунікаційних дій на суспільство та етичних аспектів цього впливу.



ЗКОЗ. Здатність бути критичним і самокритичним, грамотно й переконливо аргументувати власні міркування

ЗКО9. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

ЗК10. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.

### III. Результати навчання

ПРН 01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань .

ПРН 09. Оцінювати діяльність колег як носіїв прав і обов'язків членів суспільства, представників громадянського суспільства.

ПРН 18. Використовувати необхідні знання й технології для виходу з кризових комунікаційних ситуацій на засадах толерантності, діалогу й співробітництва.

### IV. Програма навчальної дисципліни (структура дисципліни)

#### Модуль 1: Вступ до етики публічної комунікації

Основні поняття та принципи етики в рекламі та PR.

Розвиток етичних стандартів у комунікаційній сфері.

#### Модуль 2: Етика у створенні рекламного контенту

Вплив етичних аспектів на створення рекламних матеріалів.

Реклама та мораль: граничні питання.

#### Модуль 3: Етика в PR та відносинах з громадськістю

Етичний вимір у взаємодії з клієнтами, ЗМІ та громадськістю.

Справедливість і правдивість у PR-кампаніях.

#### Модуль 4: Вплив публічних комунікацій на суспільство

Етичні аспекти впливу реклами та PR на цінності суспільства.

Відповідальна комунікація та соціальна відповідь.

#### Модуль 5: Етика в цифровому середовищі

Онлайн-етика: реклама, PR та поведінка в інтернеті.

Захист приватності та обробка персональних даних.

#### Модуль 6: Етика і рекламний піар-менеджмент

Етичні виклики в організації рекламних та PR-піар заходів.

Інтегрований підхід до етичної комунікації.

#### Модуль 7: Стратегії вирішення етичних конфліктів

Аналіз складних етичних ситуацій у рекламі та PR.

Методики розв'язання етичних дилем.

#### Модуль 8: Етичні стандарти та законодавство

Законодавчі вимоги щодо етичної реклами та PR.



# Національний університет «Острозька академія»

Вплив законів на розробку етичних стратегій.

## **Модуль 9: Медійна етика**

Взаємодія зі ЗМІ: від етики до справедливості.

Вплив ЗМІ на формування громадської думки та цінностей.

## **Модуль 10: Практичні аспекти етичної комунікації**

Розробка етичних стратегій для рекламних та PR-проектів.

Створення планів дії в етично складних ситуаціях.

