

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра связей с общественностью и журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.3.2 Основы взаимодействия со средствами массовой информации и профессиональная этика»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2019

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

протокол № 6 от "11" февраля 2019 г.

Заведующий кафедрой

связей с общественностью и журналистики

наименование кафедры

подпись



расшифровка подписи

Ю.В. Кудашова

Исполнители:

Доцент

должность

подпись

Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Ст. преподаватель

должность

подпись



А.Ю. Фомина

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

код наименование

личная подпись



Ю.В. Кудашова

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки



личная подпись

Н.Н. Грицай

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета



личная подпись



расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Кудашова Ю.В.,
Фомина А.Ю., 2019
© ОГУ, 2019

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

овладение системными теоретическими и практическими знаниями по профессиональной этике журналиста и PR-специалиста, что позволит специалисту эффективно использовать в практической деятельности главные достижения теоретиков этики и морали; формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области профессиональных норм и этики, в журналистской деятельности.

Задачи:

- иметь представление о сущности изучаемого явления;
- иметь начальные фундаментальные представления о законах профессиональной этики выпуска и оформления периодических изданий, создания теле- и радиопрограмм;
- знать систему этических принципов и норм, принятых в современном журналистском сообществе;
- знать основные российские и международные профессионально-этические законы и нормы, регулирующие деятельность журналистского и PR-сообществ;
- уметь раскрыть систему понятий, «описывающих» предмет и практический смысл теории профессиональной этики журналиста;
- уметь руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности;
- уметь разбираться в проблеме профессиональной этики журналиста;
- понимать смысл основных профессионально-этических норм;
- понимать сущность журналистской профессии как социальной, информационной, творческой, ее базовых характеристик, социальных ролей журналиста, качеств личности, необходимых для ответственного выполнения профессиональных функций;
- уметь пользоваться законами, регулирующими этико-правовую деятельность журналиста и PR-специалиста;
- овладеть системой необходимых журналисту теоретических и практических знаний;
- уметь делать правильный выбор в различных профессиональных ситуациях, быть способным оперативно вырабатывать стратегию и тактику журналистского поведения на основе усвоения профессионально-этических норм;
- понимать социальную значимость своей будущей профессии, выработать высокую мотивацию к выполнению профессиональной деятельности;
- сформировать навыки разрешения служебных конфликтных ситуаций, благодаря проводимым на занятиях тренингам;
- быть готовым к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм;
- выработать уважение к человеческой личности, толерантность к другой культуре, способность руководствоваться морально-правовыми нормами в профессиональной деятельности;
- уметь привести примеры использования знаний по профессиональной этике журналиста в процессе производственных ситуаций и отношений.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.22 Основы связей с общественностью*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-2 Способен к участию в стратегическом планировании коммуникационных кампаний/мероприятий	ПК*-2-В-1 ПК-2.1. Осуществляет тактическое и стратегическое планирование коммуникационных кампаний/мероприятий ПК*-2-В-2 ПК-2.2. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры ПК*-2-В-3 ПК-2.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<u>Знать:</u> систему этических принципов и норм, принятых в современных журналистских и PR сообществах; особенности корпоративной культуры; знать, как осуществляется тактическое и стратегическое планирование коммуникационных кампаний/мероприятий <u>Уметь:</u> пользоваться законами, регулирующими этико-правовую деятельность журналиста и PR – специалиста; уметь организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной культуры <u>Владеть:</u> системными теоретическими и практическими знаниями по профессиональной этике журналиста и PR-специалиста; основными технологиями организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	12,25	12,25
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - <i>написание эссе (Э);</i> - <i>самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);</i> - <i>подготовка к практическим занятиям;</i> - <i>подготовка к коллоквиумам;</i>	131,75	131,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	180	180
Контактная работа:	13,5	13,5
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: - <i>выполнение курсовой работы (КР);</i> - <i>написание реферата (Р);</i> - <i>написание эссе (Э);</i> - <i>самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий);</i>	166,5 +	166,5
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1-5	Профессиональная этика как проблема		2	4		

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Управление коммуникацией и разработка информационной стратегии организации. Вопросы этики в деятельности PR- специалиста. Вопросы этики в деятельности PR- специалиста. Общая характеристика и особенности функционирования российских СМИ.					
6-9	Этика журналиста. Деловая и служебная этика. Национальные и международные организации ССО. Кодексы профессиональной этики организаций ССО.		2	4		
	Итого:	144	4	8		132
	Всего:	144	4	8		132

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел № 1 Профессиональная этика как проблема

1. Предыстория зарождения этических норм.
2. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали.
3. Функции профессиональной этики.
4. Профессиональная этика как наука и проблема практики.

2. Управление коммуникацией и разработка информационной стратегии организации.

1. Управление коммуникацией - самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью.
2. Работа со средствами массовой информации как одна из основных сфер управления организационными коммуникациями.
3. Поиск необходимой информации во внешних и внутрикорпоративных источниках.
4. Производство собственной информации. Организация доступа целевых групп и пользователей к полученной и обработанной информации.
5. Создание условий для эффективного использования информационных ресурсов в деятельности компании.
6. Оптимизация затрат на формирование и использование информационных ресурсов.

3. Вопросы этики в деятельности PR- специалиста.

1. Профессионально-нравственные требования к специалистам по связям с общественностью.
2. Организация и общественность: модель двусторонней симметричной коммуникации.
3. Отношения внутри организации. Требования к личным качествам специалиста по связям с общественностью.
4. Этика взаимоотношений PR-специалистов со СМИ.
5. Образование специалистов СО.
6. Интегративные функции специалиста по PR, его статус в компании. Науки коммуникативного цикла, значимые для СОО.

4. Вопросы этики в деятельности PR- специалиста.

1. Определение целевых аудиторий. Установление главных целей
2. Формирование стратегии достижения поставленных целей. Выбор средств, которые будут использованы для достижения поставленных целей

3. Основные уровни стратегического планирования: корпоративная стратегия, бизнес стратегия, маркетинговая стратегия, рекламная стратегия, стратегия корпоративных коммуникаций, стратегия связей со СМИ.

4. Основные принципы информационной стратегии: открытость, достоверность, динамичность. Правовое равенство всех участников процесса информационного взаимодействия.

5. Общая характеристика и особенности функционирования российских СМИ.

1. Структура современной медиасистемы. Основные элементы и особенности функционирования средств массовой информации.

2. Кто владеет российскими СМИ. Аудитория российских СМИ.

3. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ. Спрос и предложение в медиаэкономике. СМИ – двоянный рынок товаров и услуг.

4. Конкуренция СМИ на рынке содержания. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени. Конкуренция СМИ на рынке рекламы. Информационно богатые и информационно бедные рынки СМИ.

6. Этика журналиста.

1. Социальные и профессиональные особенности журналистики как деятельности и как специфической формы всеобщего социально-информационного общения.

2. Журналистика как источник и средство повышенной опасности для социума.

3. Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям.

4. Исходные составляющие профессиональной этики: общественные требования к данному социальному институту, требования, вытекающие из внутренних функционально-сущностных свойств журналистики, правила, установившиеся в ходе журналистской практики.

5. Профессиональная этика в зарубежных средствах массовой информации. Международные принципы журналистской этики. Формирование профессионально-этических взглядов в истории российской журналистики.

6. Кодекс профессиональной этики российского журналиста. Хартия телерадиовещателей, Положения об общественных структурах профессионально-этического самоконтроля журналистских организаций России и др. как основные профессионально-этические документы.

7. Современная морально-этическая ситуация в журналистике как следствие и результат общественных процессов, происходящих в России.

8. Диалектика правовых и этических начал в социальном статусе журналиста.

7. Деловая и служебная этика.

1. Способы формирования персонального имиджа бизнесмена.

2. Внешний вид делового мужчины и деловой женщины.

3. Официальные мероприятия в ПР. Организация деловых приемов и презентаций.

4. Этикет телефонных разговоров.

5. Визитная карточка, ее роль в деловом общении. Бизнес-подарок.

6. Застолье в системе делового общения (деловой завтрак, деловой ужин, фуршет и т.д.): этикетные нормы и предписания.

7. Научный статус деловой этики. Служебная этика.

8. Национальные и международные организации ССО.

1. Международная Ассоциация Паблик Рилейшнз (ИПРА)

2. Европейская конфедерация PR (СЕРП).

3. Международный комитет ассоциаций PR-консультантов (ИКО).

4. Российская Ассоциация по связям с общественностью.

9. Кодексы профессиональной этики организаций ССО.

1. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов профессионального поведения.

2. Проблема кодификации норм профессионального поведения в связях с общественностью: европейские кодексы профессионального поведения. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

3. Афинский кодекс. Лиссабонский кодекс (Европейский кодекс профессионального поведения в области PR - кодекс CERP). Римская хартия. Хельсинская хартия.

4. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью.

5. Кодекс профессионального поведения IPRA.

6. Кодекс профессионального поведения Британского института PR (IPR). Международный кодекс рекламной деятельности

7. Декларация принципов профессиональной деятельности американского общества по связям с общественностью. Хартия принципов сотрудничества и конкуренции на российском рынке услуг по связям с общественностью.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1-4	Профессиональная этика как наука и проблема практики. Работа со средствами массовой информации как одна из основных сфер управления организационными коммуникациями Этика взаимоотношений PR-специалистов со СМИ.	2
2	5	Структура современной медиасистемы. Основные элементы и особенности функционирования средств массовой информации	2
3	6-7	Формы проявления на практике деловой и служебной этики. Специфика национальных и международных организаций ССО.	2
4	8-9	Проблема кодификации норм профессионального поведения в связях с общественностью. Профессиональная этика как важный регулятор в процессе функционирования журналистики, обеспечивающий соответствие практики журналистики ее социальным и профессиональным обязанностям.	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Дымова, И.А. Профессиональная этика журналиста [Текст] : учебное пособие для студентов, обучающихся по программам высшего профессионального образования по направлению подготовки 031000.62 Журналистика / И. А. Дымова, П. Г. Рыков, Г. И. Щербакова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Оренбург : Университет, 2013. - 164 с. ISBN 978-5-4417-0268-3.- гф-50 Издание на др. носителе [Электронный ресурс].

2. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста [Текст] : учеб. пособие для вузов / Г. В. Лазутина.- 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2006. - 240 с. - Библиогр.: с. 238. - ISBN 5-7567-0384-5.(гф – 22 экз.)

5.2 Дополнительная литература

1. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста [Текст] : учеб. пособие для вузов / Г. В. Лазутина. - М. : Аспект Пресс, 2000. - 208 с. - ISBN 5-7567-0245-8. (гф – 17 экз.)
2. Авраамов, Д. С. Профессиональная этика журналиста [Текст] : учеб. пособие для вузов / Д. С. Авраамов. - М. : Изд-во Моск. ун-та, 2003. - 264 с - ISBN 5-211-04706-0. (гф – 4 экз.)
3. Теплюк, В. М. Этика журналистского творчества [Текст] / В. М. Теплюк. - М. : Мысль, 1980. - 172 с. (гф – 1 экз.)
4. Анпилогова, Л. В. Культура профессионального общения журналиста [Текст] : учебно-методическое пособие для вузов / Л. В. Анпилогова, И. А. Магеррамов. - Оренбург : ОГУ, 2003. - 118 с. - ISBN 5-7410-0604-3.
5. Профессиональная этика журналистов [Текст] : в 2 т. / сост. Ю. В. Казаков ; Фонд защиты гласности. - М. : Галерея, 1999 Т. 1 : Документы и справочные материалы. - , 1999. - 440 с - ISBN 5-8137-0014-5. (гф – 2 экз.)
6. Букреев, С.В. Вопросы профессиональной этики в работе журналиста / С.В. Букреев. – Москва : Лаборатория книги, 2011. – 103 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140928> . – ISBN 978-5-504-00063-3.

5.3 Периодические издания

1. Журналист : журнал. - М. : ИД "ЭГ", 2018-19г.г..
2. Журналистика и медиарынок : журнал. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2018-19г.г..
3. Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018-19 г.г..
4. Реклама. Теория и практика: журнал. - Москва : Агентство "Роспечать".
5. Общественные науки и современность : журнал. - М. : АРСМИ, 2016.
6. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
7. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
8. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
9. опросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
10. Общество и экономика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.

5.4 Интернет-ресурсы

1. <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/> - Вестник Московского университета.
2. <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm> - Энциклопедический словарь журналиста.
3. www.journalist-virt.ru - Сайт журнала «Журналист».
4. <http://www.jourclub.ru> - Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.
5. <http://www.portalus.ru> - Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России.
6. <https://integrum.ru/> - «Интегрум».
7. <https://regnum.ru/> - «Регнум».
8. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование». Курс «Язык современной рекламы и СМИ» <https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/> .
9. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения» <https://www.lektorium.tv/mooc2/32867> .

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows.

2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint).

3. Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций

Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

4. Служебное и офисное ПО:

- свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/> .

- кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/> .

- бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/> .

- свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/> .

- Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition [2017–2019].

Графические редакторы, издательские системы:

- свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/> .

- свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>

Базы данных:

- Pro Quest Dissertations&ThesesA&I [Электронный ресурс] : база данных диссертаций. – Режим доступа : <https://search.proquest.com/> в локальной сети ОГУ

- SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/> в локальной сети ОГУ.

- Web of Science [Электронный ресурс]: реферативная база данных / компания Clarivate Analytics. – Режим доступа : <http://apps.webofknowledge.com/> в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.