Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии

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)

Реклама и связи с общественностью в информационном обществе
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2023

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.Э.3.2 Основы взаимодействия со средствами массовой информации и профессиональная этика*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры

протокол № 8 от "16" февраля 2023 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра рекламы, связей с общественностью и прикладной политологии
наименование кафедры *подпись* Т.Ю. Димитрова *расшифровка подписи*

Исполнители:
доцент *должность* *подпись* О.С. Кудрявцева *расшифровка подписи*

должность *подпись* *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. Бигалиева *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись Е.Ф. Томина *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Кудрявцева О.С., 2023
© ОГУ, 2023

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	**Знать:** 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 **Уметь:** пользоваться законами, регулирующими этико-правовую деятельность журналиста и PR –специалиста; уметь организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной культуры **Владеть:** 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: *- написание эссе (Э);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к собеседованию по темам курса.*	**131,75**	**131,75**
Вид итогового контроля	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Профессиональная этика как проблема	18	0,5	1		16
2	Управление коммуникацией и разработка информационной стратегии организации.	18	0,5	1		16
3	Вопросы этики в деятельности PR-специалиста .	18	0,5	1		17
4	Общая характеристика и особенности функционирования российских СМИ.	18	0,5	1		17
5	Этика журналиста.	18	0,5	1		16
6	Деловая и служебная этика.	18	0,5	1		17
7	Национальные и международные организации ССО	18	0,5	1		16
8	Кодексы профессиональной этики организаций ССО.	18	0,5	1		17
	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 – сдвоенный 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 свя 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

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. : Галерия, 1999 Т. 1 : Документы и справочные материалы. - , 1999. - 440 с - ISBN 5-8137-0014-5. (гф – 2 экз.)

.

5.3 Периодические издания

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

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.jourclab.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

1. Программная система для организации видео-конференц-связи Webinar.ru
2. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2023]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe
3. КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2023]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe
4. http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, 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.