

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

« 28 » *ноября* 2016



Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград
2016

Обсуждена на заседании кафедры социальной работы
« 20 » октября 2016 г., протокол № 3

Заведующий кафедрой А.И. Варзииков « 20 » октября 2016 г.
(подпись) (зав.кафедрой) (дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического
и социального образования « 24 » октября 2016 г., протокол № 3

Председатель учёного совета Т.Ю. Андрущенко « 24 » октября 2016 г.
(подпись) (дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»
« 28 » ноября 2016 г., протокол № 6

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Лист изменений № _____
(подпись) (руководитель ОПОП) (дата)

Разработчики:

Пундикова Татьяна Николаева, ассистент кафедры социальной работы.

Программа дисциплины «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 11 августа 2016 г. №997) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 28 ноября 2016 г., протокол № 6).

1. Цель освоения дисциплины

Овладение системой научных и прикладных знаний в области этики и профессиональных отношений, формирование систематизированных представлений об этических нормативах деятельности специалистов в сфере связей с общественностью и рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин.

Профильной для данной дисциплины является организационно-управленческая профессиональная деятельность.

Для освоения дисциплины «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «История рекламы», «История связей с общественностью».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Консалтинг в связях с общественностью», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью», «Реклама в коммуникационном процессе», «Связи с общественностью и общественное мнение», «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика связей с общественностью», «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью», «Политическая реклама», «Социальная реклама», прохождения практик «Научно-исследовательская работа», «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная)», «Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая)», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью», «Преддипломная практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

– способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- мораль, этику и нравственность как регуляторы профессионального поведения, этапы их возникновения, становления и развития, содержание этических стандартов и кодексов специалистов по связям с общественностью и рекламе;
- профессионально-этические нормы своей будущей профессии, сферу их применения, социальные их функции и роль в обществе, условия осуществления профессионально-этических норм в рекламе и связях с общественностью;
- технологии связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении;
- основные профессионально-этические принципы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью;
- аспекты формирования ценностей общества;

уметь

- регулировать профессиональную деятельность на основе кодексов профессионального поведения;
- руководствоваться морально-этическими нормами и правилами профессиональной в деятельности;
- реализовывать профессионально-этические принципы в практической деятельности;
- осуществлять профессиональное взаимодействие на основе принятых в обществе морально-этических норм и правил;

владеть

- практическими навыками самостоятельно анализа, критики и оценки своей деятельности и коллектива специалистов сферы связей с общественностью и рекламы с профессионально-этических позициях;
- инструментарием по организации взаимодействия со СМИ в сфере рекламы и связей с общественностью основанного на профессионально-этических принципах.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		2з / 2л
Аудиторные занятия (всего)	18	18 / –
В том числе:		
Лекции (Л)	10	10 / –
Практические занятия (ПЗ)	8	8 / –
Лабораторные работы (ЛР)	–	– / –
Самостоятельная работа	86	56 / 30
Контроль	4	– / 4
Вид промежуточной аттестации		– / 3Ч
Общая трудоемкость	часы зачётные единицы	108 3
		74 / 34 2.06 / 0.94

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Этика как наука и этика PR-деятельности. Общая характеристика этических	Роль пресс-службы в системе связей с общественностью. Общая характеристика современных пресс-служб. Информационная работа

	категорий	государственного учреждения со СМИ и общественностью, организация публичных акций, налаживание двусторонней активной связи "организация-население". Принципы организации информационной политики.
2	Профессиональная этика ПР-специалиста. Моральные критерии ПР-деятельности.	Исторические типы связей государственной службы с общественностью, принципы организации, совокупность функциональных систем, степень адаптивности, способность к саморазвитию, прогноз тенденций развития. Технологии связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении. Институционализация связей с общественностью.
3	Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР-специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	Ведущие национальные и международные объединения специалистов в области связей с общественностью: Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО), Европейская Конфедерация связей с общественностью (CERP), Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA), Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, нормы, мораль, общественное мнение.
4	Профессиональные кодексы ПР-деятельности: этический анализ.	Этика и профессиональные стандарты в сфере связей с общественностью и рекламы. Виды кодексов профессионального поведения ПР-специалиста: Афинский и Лиссабонский кодексы IPRA, Римская Хартия ICCO и АКОС, Кодекс профессиональных стандартов PRSA, Декларация этических принципов РАСО.
5	Этические стандарты деятельности ПР-специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.	Общие положения, структура, основные функции. Обеспечение связи Президента РФ со СМИ, информирование СМИ о деятельности Президента РФ, организация информационного обеспечения мероприятий Президента РФ в России и за рубежом, оперативное информирование Президента РФ о позиции СМИ. Задачи пресс-службы.
6	Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.	Теория и практика использования традиционных и новаторских информационных технологий. Формы и методы взаимодействия пресс-службы со СМИ. Подготовка пресс-релизов, организация и проведение пресс-конференций. Отношения между пресс-службами и журналистами.
7	Коммуникации а практике ПР и их анализ с точки зрения этики	Правовое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью. Нравственно-этические основы поведения специалиста по связям с общественностью. Влияние культурно-исторических установок на этику делового общения. Международные и Российские организации, регулирующие деятельность специалистов по связям с общественностью.
8	Организационная культура и корпоративная этика.	Формы и методы, особенности структуры, роль в формировании политических духовно-нравственных ценностей современного Российского общества.

		Пропаганда принципов современной демократической системы информации.
9	Взаимодействие социально-этического меркетинга с ПР. Направление ПР-активности в рамках социально-этического маркетинга.	Условия функционирования, нетрадиционные формы организационно-творческих мероприятий. Работа через СМИ, публичные акции, формирование имиджа региона во внешних контурах, обратная связь. Типологические характеристики пресс-службы малого и среднего российского города. Кадровый состав, специфика социокультурной среды и региональной прессы

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Этика как наука и этика ПР-деятельности. Общая характеристика этических категорий	1	–	–	8	9
2	Профессиональная этика ПР-специалиста. Моральные критерии ПР-деятельности.	1	–	–	7	8
3	Этические аспекты деятельности специалиста ПР. Личность ПР-специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.	1	1	–	14	16
4	Профессиональные кодексы ПР-деятельности: этический анализ.	–	1	–	18	19
5	Этические стандарты деятельности ПР-специалиста и средства массовой информации. Нравственные ограничения рекламы.	2	1	–	7	10
6	Этика бизнеса и ПР в коммерческой деятельности. Состояние этики бизнеса в современной России.	2	2	–	11	15
7	Коммуникации а практике ПР и их анализ с точки зрения этики	1	1	–	7	9
8	Организационная культура и корпоративная этика.	1	1	–	7	9
9	Взаимодействие социально-этического меркетинга с ПР. Направление ПР-активности в рамках социально-этического маркетинга.	1	2	–	7	10

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Лазутина, Г. В. Профессиональная этика журналиста [Электронный ресурс] : учебник / Г. В. Лазутина ; Г. В. Лазутина. - Москва : Аспект Пресс, 2011. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0612-3..
2. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики [Электронный ресурс] : учебник / А. Г. Рихтер ; А. Г. Рихтер. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2002. - 352 с. - ISBN 5-211-04556-4.

6.2. Дополнительная литература

1. Малюк, А. А. Этика в сфере информационных технологий [Электронный ресурс] : монография / А. А. Малюк, О. Ю. Полянская, И. Ю. Алексеева ; А. А. Малюк. - Москва : Горячая линия - Телеком, 2011. - 344 с. - ISBN 978-5-9912-0197-1..
2. Щепилова, Г. Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация [Электронный ресурс] : монография / Г. Г. Щепилова ; Г. Г. Щепилова. - Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. - 464 с. - ISBN 978-5-211-05799-9.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>.
2. Информационно-правовой портал <http://www.consultant.ru/online/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

1. Пакет MS Office.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
2. Учебная аудитория для проведения практических занятий (в том числе с мультимедийной поддержкой).
3. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
4. Методический, наглядный и раздаточный материал для организации групповой и индивидуальной работы обучающихся (схемы, таблицы, образцы анкет, бланки экспертных заключений, памятки, кейсы, сценарии деловых и ролевых игр, варианты тестовых заданий и бланки ответов для проведения тестирования в периоды рубежных срезов и др.).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью» относится к базовой части блока дисциплин. Программой

дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий.

Промежуточная аттестация проводится в форме , зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и

связях с общественностью» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.