

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет

Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Дроботушенко Е.В.

« ____ » _____ 20 ____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.04.09.Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

на 108 часа(ов), 3 зачетных(ые) единиц(ы)

для направления подготовки (специальности) 42.03.01 – Реклама и связи с
общественностью

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № _____

Профиль – Реклама и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах
(для набора 2020)

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цель и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Дисциплина «Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» вводит студентов не только в мир научного осмысления принципов и норм этических знаний, но и помогает сопоставить эти знания с действительностью, ощутить себя как личность не только передающую информацию от источника к широким массам населения, но и своего рода институт, формирующий как нравственную, так и социальную модель общественного поведения и развития. Программа курса построена таким образом, чтобы побудить студентов к дальнейшему изучению юридических норм, законодательных актов, а также явлений, находящихся на стыке морально-этических и юридических аспектов профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- 1) Рассмотреть профессиональную этику как науку;
- 2) Изучить понятия морали и профессиональной морали;
- 3) Осмыслить значение и роль профессиональной этики в системе профессиональной деятельности;
- 4) Рассмотреть категории, определяющие профессионально-нравственную позицию специалиста по рекламе и связям с общественностью;
- 5) Дать студентам представление о базовых морально-этических принципах;
- 6) Проанализировать основные кодексы, закрепляющие главные этические нормы в профессии;
- 7) Приобрести навыки этического анализа профессионального поведения в сложных ситуациях.

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Обязательная часть Модуль общепрофессиональной подготовки

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы), 108 часов.

Очная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам					Всего часов
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	5 семестр	
Общая трудоемкость						108
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	0	34	0	0	34
лекционные (ЛК)	0	0	17	0	0	17
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	17	0	0	17
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0	38	0	0	38

Форма промежуточной аттестации в семестре			Экзамен			36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)						

Очно-заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам	Всего часов
	3 семестр	
Общая трудоемкость		108
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	34
лекционные (ЛК)	17	17
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	17	17
лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	38	38
Форма промежуточной аттестации в семестре	Экзамен	36
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

Заочная форма

Виды занятий	Распределение по семестрам				Всего часов
	1 семестр	2 семестр	3 семестр	4 семестр	
Общая трудоемкость					108
Аудиторные занятия, в т.ч.	0	0	10	0	10
лекционные (ЛК)	0	0	4	0	4
практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	0	0	6	0	6
лабораторные (ЛР)	0	0	0	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	0	0	62	0	62
Форма промежуточной аттестации в семестре			Экзамен		36

Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)					
--	--	--	--	--	--

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК – 5.1. (общий по УГСН) Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: Осуществлять свои профессиональные обязанности в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем Владеть: Навыками выполнения профессиональных обязанностей с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя их политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

	ОПК-5.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: Специфику профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Уметь: Оперировать правовыми, этическими, аксиологическими нормами при оценке последствий своей профессиональной деятельности, при разработке и осуществлении социально значимых проектов; проявлять толерантное отношение к людям и другой культуре; Владеть: Навыками соблюдения в профессиональной деятельности нормы права и этические стандарты, а также духовно-нравственные ориентиры; популяризировать в СМИ ценности родной культуры;
	ОПК – 7.1. (общий по УГСН) Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать: Цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности Уметь: Осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом Владеть: Навыками учёта эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности Этику внутрипрофессиональных отношений, а также правила и нормы работы в коллективе учитывая социальные, этнические и культурные различия;

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК – 7.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»). Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	Знать: Основные нормы морали и нравственности, а также основные этические принципы и нормы работы в коллективе; Уметь: Использовать в профессиональной деятельности корректные приемы при сборе, обработке и распространении информации; уметь анализировать реальные ситуации из практики рекламы и связей с общественностью Владеть: Навыками учета и анализа эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности, а также этику внутрипрофессиональных отношений.

ПК-4 Способен строить свою профессиональную деятельности на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-4.1. Участвует в продвижении социально-значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	Знать: сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны; Уметь: Участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными учреждениями, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации Владеть: Всеми видами информационной деятельности в рамках управления или отдела по связям с общественностью: авторскую, редакторскую, организаторскую, управленческую, исследовательскую; умением собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области связей с общественностью и рекламы;
--	---	--

	ПК -4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	Знать: Основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации, суть работы с компьютером как средством управления информацией; виды и формы организационной работы в своей профессиональной деятельности Уметь: Осуществлять в полном объеме функции редактора, менеджера, организатора рекламной кампании и др. в рамках должностных обязанностей; обеспечить грамотное продвижение информационной продукции к потребителю; эффективно организовать маркетинг информационного рынка Владеть: Способностью выполнить любую работу в области менеджмента СМИ и продвижением рекламного продукта на информационный рынок на высоком уровне; способностью грамотно взаимодействовать со средствами массовой информации с целью доставки собственной информации до потребителя.
--	---	---

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1.1.	Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики	Этика, ее сущность, категории. Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов.	9	2	3		4

	1.2.	Этапы развития профессиональной этики	Индивидуальная, групповая, общественная мораль. Их взаимосвязь, противоречия в процессе функционирования в обществе. Групповая мораль и этика. Цели и содержание групповой морали. Социально-историческое содержание групповой морали: кодекс чести дворянина, мещанская мораль, профессиональная этика различных профессиональных групп. Социально-профессиональные группы как предмет морально-этических отношений.	8	2	2		4
2	2.1.	Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования.	Предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных отношений.	8	2	2		4
	2.2.	Правовое регулирование PR деятельности	Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации	8	2	2		4

3	3.1.	Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации	Нормы ФЗ «О средствах массовой информации», касающиеся процедуры аккредитации журналистов средств массовой информации. Система аккредитации журналистов в России и за рубежом. Основные проблемы в области аккредитации журналистов. Виды аккредитации. Ограничения доступа к информации в процессе аккредитации.	8	2	2		4
	3.2.	Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации	Открыть информации органов государственной власти и местного самоуправления. Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение. Нормы Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».	10	2	2		6
4	4.1.	Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ.	Основное содержание Федерального Закона «О рекламе». Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности	10	2	2		6
	4.2.	Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой.	11	3	2		6
Итого				72	17	17	0	38

3.1 Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1.1.	Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики	Этика, ее сущность, категории. Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов.	9	2	3		4
	1.2.	Этапы развития профессиональной этики	Индивидуальная, групповая, общественная мораль. Их взаимосвязь, противоречия в процессе функционирования в обществе. Групповая мораль и этика. Цели и содержание групповой морали. Социально-историческое содержание групповой морали: кодекс чести дворянина, мещанская мораль, профессиональная этика различных профессиональных групп. Социально-профессиональные группы как предмет морально-этических отношений.	8	2	2		4

2	2.1.	Профессиональная журналистика: профессиональная этика и предмет ее регулирования.	Предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных отношений.	8	2	2	4
	2.2.	Правовое регулирование PR-деятельности	Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации	8	2	2	4
3	3.1.	Правовое регулирование PR-деятельности	Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации	8	2	2	4
	3.2.	Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации	Нормы ФЗ «О средствах массовой информации», касающиеся процедуры аккредитации журналистов средств массовой информации. Система аккредитации журналистов в России и за рубежом. Основные проблемы в области аккредитации журналистов. Виды аккредитации. Ограничения доступа к информации в процессе аккредитации.	10	2	2	6
4	4.1.	Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ.	Основное содержание Федерального Закона «О рекламе». Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности	10	2	2	6

	4.2.	Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой.	11	3	2		6
Итого				72	17	17	0	38

3.1 Структура дисциплины для заочной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
					ЛК	ПЗ (СЗ)	ЛР	
1	1	Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики	Этика, ее сущность, категории. Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов.	23	1	2		20
2	2	Профессиональная этика и предмет ее регулирования.	Предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных отношений.	17	1	2		14

3	3	Правовое регулирование PR деятельности	Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации	16	1	1		14
4	4	Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ.	Основное содержание Федерального Закона «О рекламе» . Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности	16	1	1		14
Итого				72	4	6	0	62

3.4. Содержание разделов дисциплины

3.4.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО
1	1.1	Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики	Этика, ее сущность, категории. Профессиональная этика как наука и проблема практики. Понятие морали и профессиональной морали. Зарождение и развитие профессиональной морали журналистского сообщества. Формирование профессионально-этических взглядов в журналистике.	2	2	1
	1.2.	Этапы развития профессиональной этики	Индивидуальная, групповая, общественная мораль. Их взаимосвязь, противоречия в процессе функционирования в обществе. Групповая мораль и этика. Цели и содержание групповой морали. Социально-историческое содержание групповой морали: кодекс чести дворянина, мещанская мораль, профессиональная этика различных профессиональных групп. Социально-профессиональные группы как предмет морально-этических отношений.	2	2	

2	2.1.	Профессиональная журналистская этика и предмет ее регулирования.	Предмет регулирования и его важнейшие элементы. Социальное понимание роли и задач журналистики. Журналистский текст как предмет профессиональной этики, требования к журналисту как к его создателю. Особый аспект в профессионально-этических отношениях: регулирование отношений журналистов с аудиторией и контроль внутрипрофессиональных отношений.	2	2	1
	2.2.	Правовое регулирование PR деятельности	Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации	2	2	
3	3.1.	Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации	Нормы ФЗ «О средствах массовой информации», касающиеся процедуры аккредитации журналистов средств массовой информации. Система аккредитации журналистов в России и за рубежом. Основные проблемы в области аккредитации журналистов. Виды аккредитации. Ограничения доступа к информации в процессе аккредитации.	2	2	1
	3.2.	Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации	Открытие информации органов государственной власти и местного самоуправления. Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение. Нормы Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».	2	2	
4	4.1.	Законодательство, регуливающее рекламную деятельность в РФ.	Основное содержание Федерального Закона «О рекламе». Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности	2	2	1
	4.2.	Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой.	3	3	

3.4.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-3ФО	ЗФО
1	1.1.	Этика, ее сущность, категории. Понятие профессиональной этики	Этика. Мораль. Общечеловеческие этика и мораль. Профессиональные этика и мораль. Журналистская мораль и журналистская этика как объект изучения.	3	3	2
	1.2.	Этапы развития профессиональной этики	Обсуждение противоречий между общечеловеческой и профессиональной моралью. Этика и мораль как объекты научного изучения.	2	2	
2	2.1.	Задачи и основные принципы государственного регулирования информационной деятельности.	Механизм государственного и правового обеспечения информационной деятельности. Государство, как гарант свободы массовой информации. Гарантии свободы массовой информации в Конституции Российской Федерации. Гарантии свободы массовой информации в Федеральном Законе РФ «О средствах массовой информации».	2	2	2
	2.2.	Правовое регулирование PR деятельности	Ответственность за нарушение ФЗ «О средствах массовой информации». Виды ответственности.	2	2	
3	3.1.	Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации	Положение о пресс-службе и типовые правила аккредитации в федеральных и региональных органах государственной власти и местного самоуправления.	2	2	1
	3.2.	Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации	Нормы Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».	2	2	

4	4.1.	Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ.	Федеральный закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности: структура Закона. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе. Другие нормативные акты, регулирующие рекламно-информационную деятельность в России.	2	2	1
	4.2.	Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	Основные виды ответственности за правонарушения в рекламной деятельности*. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность.	2	2	

3.4.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-З ФО	ЗФО

3.6. Самостоятельная работа студентов

Модуль	Номер раздела	Содержание материала, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (в часах)		
				ОФО	О-З ФО	ЗФО
1	1.1.	Правовые и этические критерии деятельности специалиста по связям с общественностью. Понятие «информационное законодательство». Составляющие информационного законодательства. Роль информационного законодательства в работе специалиста по связям с общественностью. Основные правовые ориентиры PRдеятельности в информационном законодательстве.	Подготовка сообщения для участия в круглом столе, дискуссии;	4	4	10
1	1.2.	Гарантии свободы массовой информации в Конституции Российской Федерации. Гарантии свободы массовой информации в Федеральном Законе РФ «О средствах массовой информации».	Доклад, сообщение	4	4	10

2	2.1.	Ситуации использования ФЗ «О средствах массовой информации» специалистом по связям с общественностью в профессиональной деятельности. Основные ошибки. Основные виды нарушений прав журналиста, указанных в ФЗ «О средствах массовой информации» в деятельности специалиста по связям с общественностью.	Подготовка сообщения для участия в круглом столе, дискуссии;	4	4	8
2	2.2.	Положение о пресс-службе и типовые правила аккредитации в федеральных и региональных органах государственной власти и местного самоуправления.	Доклад, сообщение	4	4	6
3	3.1.	Контроль за соблюдением органами государственной власти и государственными аудиовизуальными средствами массовой информации требований законодательства РФ о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации.	Доклад, сообщение	4	4	8
3	3.2.	Правовое регулирование способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино- и видео-обслуживании, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.	Подготовка сообщения для участия в круглом столе, дискуссии;	6	6	6
4	4.1.	Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, продукции военного назначения и оружия, ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты	Подготовка сообщения для участия в круглом столе, дискуссии;	6	6	8
4	4.2.	Основные виды ответственности за правонарушения в рекламной деятельности. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность. Административные санкции и порядок их наложения. Основные виды преступлений в сфере рекламно-информационной деятельности и меры их предупреждения.	Доклад, сообщение	6	6	6

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.1.1. Печатные издания

1. PR: теория и практика : учебник / Баранов Дмитрий Евгеньевич [и др.]; под ред. М.А. Лукашенко. - Москва : Маркет ДС, 2010. - 328 с. - (Университетская серия). - ISBN 978-5-94416-071-3 : 229-22.
2. Головлева, Елена Леонидовна. Основы межкультурной коммуникации : учеб. пособие / Головлева Елена Леонидовна. - Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. - 224 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-222-12473-4 : 106-15.

5.1.2. Издания из ЭБС

1. Дзялошинский, Иосиф Мордкович. Профессиональная этика журналиста : Учебник и практикум / Дзялошинский Иосиф Мордкович; Дзялошинский И.М. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 412. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-9204-5 : 153.97.
2. Правовые и этические нормы в журналистике. - Москва : Аспект Пресс, 2012. - ISBN 978-5-7567-0648-2.
3. Таратухина, Юлия Валерьевна. Деловые и межкультурные коммуникации : Учебник и практикум / Таратухина Юлия Валерьевна; Таратухина Ю.В., Авдеева З.К. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 324. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-02346-6 : 100.74.

5.2. Дополнительная литература

5.2.1. Печатные издания

1. Кошечкина, Ирина Петровна. Профессиональная этика и психология делового общения : учеб. пособие / Кошечкина Ирина Петровна, Канке Алла Анатольевна. - Москва : Форум : ИНФРА-М, 2011. - 304 с. : ил. - ISBN 978-5-8199-0374-2. - ISBN 978-5-16-003441-6 : 224-38.
2. Синяева, Инга Михайловна. Реклама и связи с общественностью : Учебник для бакалавров / Синяева Инга Михайловна; Синяева И.М., Жильцова О.Н., Жильцов Д.А. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 552. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3181-5 : 162.16.

5.2.2. Издания из ЭБС

1. Дзялошинский, И. М. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов / И. М. Дзялошинский; Дзялошинский И.М. - Москва : Аспект Пресс, 2015. - ISBN 978-5-7567-0774-8.
2. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебное пособие для академического бакалавриата / Л. И. Чернышова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 161 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс. Модуль.). — ISBN 978-5-534-02406-7. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/F50417C3-D600-42D3-B36F-56E988BFF598.
3. Маркони, Джо. PR: полное руководство / Маркони Джо; пер. с англ. Д.Р. Геренава, Ю.П. Леоновой; под ред. Б.Л. Еремина. - Москва : Вершина, 2007. - 256 с. : ил. - ISBN 0-324-20304-7 : 366-00.

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121. www.trmost.ru

ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28. www.e.lanbook.ru
 ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27. www.biblio-online.ru
 ЭБС «Консультант студента»; Договор № 223/17-12 от. www.studentlibrary.ru

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для текущей аттестации	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Помещение для самостоятельной работы	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Порядок организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов предполагает:

- самостоятельный поиск, обработку (анализ, синтез, обобщение и систематизацию), адаптацию необходимой по дисциплине информации;
- выполнение заданий для самостоятельной работы;
- изучение и усвоение теоретического материала, представленного на лекционных занятиях и в соответствующих литературных источниках (рекомендуемая основная и дополнительная литература);
- самостоятельное изучение отдельных вопросов курса;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в соответствии с рекомендациями преподавателя (выполнение конкретных заданий, соответствующие организационные действия и т.д.).

Как правило, организация самостоятельной работы предполагает:

- постановку цели;
- составление соответствующего плана;
- поиск, обработку информации;
- представление результатов работы.

Методические рекомендации при подготовке к практическим занятиям

Для повышения эффективности проведения практических занятий необходимо учитывать все рекомендации по подготовке к ним, которые даются преподавателем в начале каждого модуля (формулируются соответствующие задания, проблемно-ориентированные вопросы, представляются рекомендации по методике организации различных форм проведения занятий и т.д.). Определенные формы и методы работы на занятиях требуют предварительной самостоятельной подготовки студентов (например, внутригрупповая и межгрупповая дискуссии, ролевые игры, подготовка итогового семестрового проекта и т.д.). Поэтому необходимо фиксировать все рекомендации преподавателя по подготовке к занятиям.

Для эффективного освоения материала дисциплины в ходе практических занятий необходимо выполнение следующих требований:

- четко понимать цели предстоящих занятий (предварительно формулируются

преподавателем):

- владеть навыками поиска, обработки, адаптации и презентации необходимого материала;
 - уметь четко формулировать и отстаивать собственный взгляд на рассматриваемые проблемные вопросы, который необходимо подкреплять адекватной аргументацией;
 - уметь выделять и формулировать противоречия по рассматриваемым проблемам, понимая их источники;
 - владеть навыками публичного выступления (логично, ясно и лаконично излагать свои мысли; адекватно оценивать восприятие и понимание слушателями представляемого материала; отвечать на задаваемые вопросы; приводить адекватные и убедительные аргументы в защиту своей позиции и т.д.);
 - уметь критически оценивать собственные знания, умения и навыки в динамике в сравнении с таковыми у других, с целью раскрытия дополнительных возможностей их развития;
 - при подготовке к занятиям обязательно изучить рекомендуемую литературу;
 - оценить различные точки зрения на проблемные вопросы нескольких исследователей, а не ограничиваться рассмотрением позиции одного автора;
 - при формулировке собственной точки зрения предусмотреть убедительную ее аргументацию и возможность возникновения спорных ситуаций;
 - владеть навыками работы в команде (при выполнении определенных заданий, предполагающих работу в микрогруппах, при проведении ролевых игр, дискуссий и т.д.).
- Семинар – вид практических занятий, предусматривающий самостоятельную проработку студентами отдельных тем и проблем с содержанием учебной дисциплины и последующим представлением и обсуждением результатов этого изучения (в различных формах). Семинары представляют собой своеобразный синтез теоретической подготовки студентов с практической. Основной дидактической целью семинаров выступает оптимальное сочетание лекционных занятий с систематической самостоятельной учебно-познавательной деятельностью студентов.

Методические рекомендации при подготовке индивидуальных сообщений (докладов)

Данный вид учебно-познавательной деятельности требует от студентов достаточно высокого базового уровня подготовки, большой степени самостоятельности и целого ряда умений и навыков серьезной интеллектуальной работы.

Работа по подготовке индивидуальных сообщений и докладов предполагает достаточно длительную системную работу студента, а также в случае необходимости консультативную помощь преподавателя.

Работа должна быть тщательно продумана, спланирована и разделена на соответствующие этапы, каждый из которых требует целого ряда определенных умений и навыков:

- определение и формулировка темы сообщения или доклада (либо осмысление темы, сформулированной преподавателем в соответствующих случаях);
- составление плана с использованием анализа, синтеза, обобщения и логики построения изложения материала;
- определение источников информации;
- работа с источниками научной информации (подбор, анализ, обобщение, систематизация, адаптация и т.д.);
- формулировка основных обобщений и выводов по результатам анализа изученного материала.

Структура сообщения (доклада) может обоснованно варьировать, но в большинстве случаев она предполагает наличие следующих частей: вступления (обозначение актуальности и постановка проблемы), основной части (обзор различных точек зрения на проблему и ее решение), заключения (формулировка соответствующих обобщений, выводов, предположений и перспектив), а в соответствующих случаях – перечня используемых источников информации.

Методические рекомендации по подготовке к дискуссии

Дискуссия выступает важнейшим средством активизации познавательной деятельности. Как метод активного обучения дискуссия может использоваться как в рамках традиционных (развернутая беседа, система докладов и рефератов), так и новых форм практических занятий (анализ конкретных ситуаций, ролевая игра, круглый стол и т.д.).

Выделяется особая форма семинарского занятия – семинар-дискуссия. Различают следующие разновидности семинара-дискуссии:

1. По объему охватываемого материала:

- фрагментарные дискуссии («мини-дискуссии») (предназначенные для обсуждения какого-то конкретного вопроса и занимающие, как правило, определенную часть занятия);
- развернутые дискуссии (посвященные изучению раздела (темы) в целом, охватывающие одно или несколько занятий);

2. По реальности существования участников:

- реальные (предполагающие общение с реальными участниками);
- воображаемые (предполагающие общение с воображаемым оппонентом (инсценировка спора)).

Организация дискуссии предполагает последовательность определенных этапов:

- подготовка дискуссии;
- проведение дискуссии;
- анализ итогов дискуссии.

Самым важным этапом при этом является подготовка к дискуссии, т.к. все последующие этапы определяются именно качеством предварительной подготовки. Подготовка к дискуссии, как правило, включает следующие составляющие:

- определение темы дискуссии (тема может быть задана преподавателем, а также обсуждаться и выбираться в процессе изучения материала по критериям наличия противоречий, проблемно-ориентированного характера при высокой актуальности, научной и социальной значимости);
- определение предмета дискуссии (с тем, чтобы не потерять время на обсуждение второстепенных аспектов проблемы);
- определение задач дискуссии (для организации целенаправленности, разделения функций участников дискуссии, экономии времени).

Подготовка к дискуссии должна предполагать индивидуальные и групповые консультации, предназначенные для задания целенаправленности дискуссии, а также – для активизации самостоятельной работы студентов. При этом преподавателю необходимо избегать детального разъяснения содержания проблемы, т.к. в этом случае не о чем будет спорить, и дискуссия будет сорвана. Задача преподавателя должна состоять в ненавязчивой помощи участникам будущей дискуссии в определении наличия противоречивых точек зрения на рассматриваемую проблему, порекомендовав изучить первоисточники и дополнительную литературу.

Необходимо подчеркнуть особую важность тщательной подготовки к дискуссии самого преподавателя, выступающего в качестве модератора. Цель такой подготовки состоит не только в том, чтобы обрести уверенность при обсуждении научной проблемы, но и в том, чтобы составить ясное представление о качестве подготовки участников дискуссии.

Разработчик/группа разработчиков: Сафронова Ольга Викторовна, доцент кафедры журналистики и связей с общественностью

**Рассмотрена на заседании кафедры
(протокол от 31.08.2020 г. № 1)**

Согласована с выпускающей кафедрой

Заведующий кафедрой

« ____ » _____ 20 ____ г.