

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02 «ЭТИКА КОММУНИКАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Кафедра связей с общественностью и журналистики

1. Цель и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с профессионально-этическими нормами рекламной и PR-деятельности, репрезентирующих сферу информационно-коммуникационной деятельности, создание представления о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности социального института PR и рекламы; выработка у будущих профессиональных коммуникантов систематизированного представления о путях формирования и совершенствования законодательных и этических нормативов рекламной и PR-деятельности, что представляет неотъемлемую часть профессионального образования как обязательного условия конкурентоспособности на рынке массовых информационно-коммуникационных процессов.

Задачи:

- выделение этического аспекта рекламной и PR-коммуникации как основного регулятора профессиональной деятельности для рекламистов и PR-специалистов;
- изучение законодательства, касающегося рекламной и PR-коммуникации, в СМИ, в Интернет, при работе со спонсорскими и благотворительными проектами, приеме иностранных делегаций и т. д.;
- понимание «негласных» этических норм взаимодействия рекламистов, PR-специалистов и представителей средств массовой информации, органов государственной власти и управления, негосударственных организаций;
- изучение международных этических норм, принятых в профессиональном сообществе рекламистов и PR-специалистов;
- приобретение и развитие навыков рекламной и PR-коммуникации на основе норм профессиональной этики.

2. Место дисциплины в структуре учебного плана

Дисциплина входит в состав дисциплин по выбору вариативной части (Б1.В.ДВ.05.02) учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

профессиональные:

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- суть понятий «миссия компании» и «кодекс корпоративной этики»;
- основы этических норм взаимодействия с различными целевыми аудиториями;
- механизмы «особого доверия» и юридические аспекты «амплитуды» доверительных отношений в PR.

Уметь:

- применять теоретические знания об основах PR-этики в проектной деятельности PR-специалиста;

- строить эффективные коммуникации в социальных сетях с учетом этических норм, принятых в данной коммуникационной среде;
- уметь применять законодательные нормы, регламентирующие деятельность PR-специалиста, в профессиональной деятельности, в том числе анализировать планируемую или осуществленную PR-коммуникацию с точки зрения соблюдения законодательства РФ.

Владеть:

- знаниями основных законодательных и нормативных документов РФ, регламентирующих сферу деятельности PR-специалистов в целом и проектную PR-деятельность в частности;
- способностью предупреждать и эффективно разрешать возникающие конфликтные ситуации с различными целевыми аудиториями;
- стратегически планировать сбор информации и осуществлять его с соблюдением норм профессиональной этики.

4. Общий объём дисциплины: 3 з. е. (108 часов).

5. Дополнительная информация:

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студента, консультации.

6. Виды и формы промежуточной аттестации: зачет в устной форме.