Нестеренко Ирина Юрьевна
Подписано цифровой подписью: Нестеренко Ирина Юрьевна
Дата: 2024.10.16 14:55:26 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР
_____ О.В. Зубкова

« 23» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ

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

Направленность (профиль)
Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника
бакалавр
(бакалавр, магистр)

Кафедра: Гуманитарных естественнонаучных и математических дисциплин

Разработчики программы:
доктор ист. наук, доцент А.В. Власова

Программа обсуждена на заседании кафедры ГЕМД
протокол № 7 от «18» марта 2024 г.

Заведующий кафедрой ГЕМД
_____Е.П. Маскайкин

«18» марта 2024 г.

Оглавление

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 3
2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 3
2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине 3
2.2 Результаты освоения образовательной программы: 3
3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 4
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 4
5.1 Содержание дисциплины (модуля) 4
5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий 5
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ) 6
7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА 7
8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 8
9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) 9
10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 9

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель:

Сформировать систему знаний правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, основных принципов и тенденций развития правового регулирования, навыков практического применения законодательства о рекламе и PR.

Задачи:

- повышение правовых знаний в области рекламы и связей с общественностью;
- обучение правильному применению знаний в профессиональной деятельности: умение анализировать, давать оценку правоотношениям, в ситуации, связанной с нарушением правовых норм, искать и находить правильный выход из нее.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

2.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» направлено на формирование следующих компетенций:

универсальных компетенций и индикаторов их достижения:

Категория (группа) УК	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижений универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения. УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ. УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Знает причины, признаки и последствия коррупционного поведения. УК-10.2. Умеет выявлять признаки, причины и условия возникновения коррупционного поведения. УК-10.3. Владеет методами нейтрализации коррупционного поведения.

2.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- соотношение закона и других социальных норм;
- сущность свободы слова как правового института;
- содержание прав работника в профессиональной деятельности, связанной с рекламой и связями с общественностью и порядок их защиты;
- понятие юридической ответственности субъекта информационной сферы и ее виды;

Уметь:
- характеризовать формы и гарантии свободы слова;
- характеризовать правовое положение субъектов информационной деятельности;

Владеть:
- навыками применения норм права;
- навыками поиска необходимой информации для пополнения правовых знаний;
- навыками неукоснительного выполнения должностных обязанностей;
- навыками уважения к правам и свободам человека и гражданина.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Согласно ФГОС и ОПОП по направлению 42.03.01 реклама и связи с общественностью дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к базовым дисциплинам в части, формируемой участниками образовательных отношений (**Б1.В.07**).

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Объем дисциплины	Всего часов		
	Для очной формы обучения	Для очно-заочной формы обучения	Для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины (зачетных единиц/часов)	4/144		4/144
Контактная работа – аудиторные занятия:	38		16
Лекции	18		6
Семинары, практические занятия	18		10
КтЗа	2		
Самостоятельная работа обучающегося (всего с промежуточной аттестацией)	106		124
Вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	Зачет		Зачет (4)

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Государственные нормативные акты, регламентирующие Рекламу и PR-деятельность в Российской Федерации

Изучение статей Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ, Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ, специфики защиты авторских прав, законодательства о товарных знаках, Федерального закона «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ, Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации", Постановления Правительства РФ от 1 декабря 2009 года N 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей

обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии» (с изменениями на 26 июня 2020 года).

Тема 2. Профессиональные стандарты в области рекламы и PR

Изучение специфики профессиональных стандартов в области рекламы и связей с общественностью, в том числе: 06.009.Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», 06.013. Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», 06.043. Профессиональный стандарт «Специалист по интернет-маркетингу».

Тема 3. Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом

Изучение статей и положений Кодекса профессионального поведения Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA), Европейского кодекса профессионального поведения в области PR (Лиссабонского кодекса), Афинского кодекса, Кодексов Общества связей с общественностью Америки (Public RelationsSociety of America (PRSA), Международной ассоциации специалистов, занятых в сфере деловой коммуникации (International Association of Business Communicators (IABC), Российского кодекса профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью, Российского рекламного кодекса.

5.2 Разделы/темы дисциплины, их трудоемкость и виды занятий

Общая трудоемкость изучения дисциплины по учебному плану: З.Е. (часов) 4/144

Форма обучения **Очная** Вид контроля **Зачет**

№№ п/п	Наименование темы	Очная форма обучения					Компетенции	Литература (ссылка на номер в списке литературы и/или электронный источник)
		всего	Аудиторные занятия		КтЗа	Самостоятельная подготовка		
			лекции	Практические занятия				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Государственные нормативные акты, регламентирующие Рекламу и PR-деятельность в Российской Федерации	54	12	12		30	УК-2 УК-10	Л.1-5
2	Профессиональные стандарты в области рекламы и PR	42	2	2		38	УК-2 УК-10	Л.1-5
3	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом	46	4	4		38	УК-2 УК-10	Л.1-5
	промежуточная аттестация (зачет)	2			2			
	Всего часов	144	18	18	2	106		

Вид промежуточной аттестации зачет

Форма обучения **Заочная** Вид контроля **Зачет**

№№ п/п	Наименование темы	Заочная форма обучения					Компетенции	Литература (ссылка на номер в списке литературы и/или электронный источник)
		всего	Аудиторные занятия		Зачет	Самостоятельная подготовка		
			лекции	Практические занятия				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Государственные нормативные акты, регламентирующие Рекламу и PR-деятельность в Российской Федерации	48	2	4		42	УК-2 УК-10	Л.1-5
2	Профессиональные стандарты в области рекламы и PR	46	2	2		42	УК-2 УК-10	Л.1-5
3	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом	46	2	4		40	УК-2 УК-10	Л.1-5
	промежуточная аттестация (зачет)	4			4			
	Всего часов	144	6	10	4	124		

Вид промежуточной аттестации зачет

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Самостоятельная работа включает следующие ее виды:

- изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану;
- самоподготовка к практическим и другим видам занятий – расчетно-аналитическая работа по индивидуальному учебному заданию;
-самостоятельная работа слушателей при подготовке к итоговому тестированию.

Эти виды работ предполагают:

- самостоятельную работу слушателя в библиотеке;
- изучение материалов специализированных сайтов по темам дисциплины в сети Интернет;
- изучение электронных учебных материалов (электронных учебников, методических материалов, представленных на сайте УрСЭИ);

Задания для самостоятельной работы слушателей включают в себя:

- выполнение тестовых заданий, размещенных в программной оболочке Moodle – по темам, вынесенным на самостоятельное изучение;
- подготовка докладов по отдельным вопросам курса.

Указания и задания по самостоятельной работе выдаются на практических занятиях с учетом индивидуального уровня освоения материала слушателями.

Перечень вопросов для самостоятельной работы

1. История возникновения и развития законодательства о СМИ.
2. Иерархия нормативно-правовых документов в области СМИ.

3. Специфика массово-информационного права.
4. Понятие цензуры в законе о СМИ: область ограничения журналистов.
5. Объекты и субъекты права в области СМИ.
6. Право на доступ к информации как основное право, гарантированное Конституцией РФ.
7. Конфиденциальные сведения, государственная тайна, коммерческая тайна.
8. Ответственность за непредставление информации.
9. Ответственность за разглашение секретной, конфиденциальной информации.
10. Правовые аспекты в сфере телерадиовещания.
11. Нормативно-правовая база, регулирующая сообщения, распространяемые по сети Интернет.
12. Направления государственной политики в области интернета.
13. Проблема авторского права в сети Интернет.
14. Проблема рерайтинга в интернет-СМИ.
15. Деятельность СМИ в предвыборный период.
16. Защита чести, достоинства и деловой репутации.
17. Экстремизм в материалах СМИ.
18. Понятие интеллектуальной собственности.
19. Виды и основные объекты интеллектуальной собственности.
20. Гражданско-правовое регулирование в области защиты интеллектуальной собственности.
21. Интеллектуальный продукт как объект интеллектуальной собственности.
22. Авторское право.
23. Патентное право.
24. Договорное право.
25. Нормативно-правовые акты, гарантирующие неприкосновенность частной жизни.
26. Понятие и общая характеристика субъектов рекламной деятельности как участников правоотношений по производству, размещению и распространению рекламы.
27. Спонсор как субъект рекламных отношений.
28. Общие требования, предъявляемые к рекламе.
29. Понятие достоверность в рекламе.
30. Недобросовестная реклама и ее формы.
31. Товары, реклама которых не допускается.
32. Понятие социальной рекламы и требования, предъявляемые к содержанию социальной рекламы.
33. Понятие саморегулирования рекламной деятельности.
34. Система органов саморегулирования рекламы.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ);

Основная литература

1. Москалев, С. М. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие: [16+] / С. М. Москалев, Т. Г. Виноградова, Я. И. Семилетова; Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2021. – 163 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621134. – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2022. – 538 с.: ил., табл. – Режим

доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499. – ISBN 978-5-394-04791-6. – Текст: электронный.

3. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью: учебное пособие: [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771. – Библиогр. в кн. – Текст: электронный.

Дополнительная литература

4. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 5-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2023. – 450 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL:https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710037. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05234-7. – Текст: электронный.

5. Правовые и этические нормы в медийной сфере: учебное пособие: [16+] / сост. В. И. Хомяков, В. А. Егошкина. – Москва: Директ-Медиа, 2023. – 208 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705032. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3793-3. – DOI 10.23681/705032. – Текст: электронный.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ И ИНТЕРНЕТ - РЕСУРСОВ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

№ п.п.	Интернет ресурс (адрес)/система	Описание ресурса/системы
1.	http://www.integrum.ru	система поиска и создания автоматизированного мониторинга по базе, включающей в себя более 40000 источников: печатных изданий, интернет СМИ, телеканалов и радиотрансляций
2.	http://www.regnum.ru	сайт информационного агентства Regnum, новостная, аналитическая информация о социально-экономических процессах в России и мире
3.	http://www.medialogia.ru	информационно-аналитическая система, информация о СМИ, PR, их рейтинги
4.	https://www.public.ru	спектр услуг по работе с материалами масс-медиа: онлайн-доступ к коллекции СМИ Public.Ru, мониторинг прессы и проведение аналитических исследований на базе открытых источников. Поиск и профессиональный анализ информации СМИ
5.	https://www.raso.ru	сайт Российской Ассоциации по связям с общественностью
6.	http://www.elibrary.ru	Научная электронная библиотека
7.	https://cyberleninka.ru/	Научная электронная библиотека «Киберленинка»
8.	http://consultant.ru/	справочно-информационная система Консультант Плюс
9.	http://garant.ru/	справочно-информационная система «Гарант».

9. ТРЕБОВАНИЯ К МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОМУ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОМУ ОБЕСПЕЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Мультимедийная лекционная аудитория.

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональный компьютер (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); стационарный видеопроектор с экраном; звуковое оборудование (микрофон, колонки); меловая доска; коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox., наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий

Компьютерный класс (лаборатория) для практических работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации

Оборудование:

стол преподавателя, столы, стулья, персональные компьютеры (Celeron 2.1-2.7 Mhz, монитор ЖК); коммутационное оборудование для работы в локальной сети вуза и сети Интернет. Используемое программное обеспечение: Windows XP, 10. MicrosoftOffice 2007, 2019. AdobeAcrobat. GoogleChrome, MozillaFirefox.; доска маркерная

10. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» используются следующие образовательные технологии.

Стандартные формы обучения:

- лекции с использованием мультимедийных презентаций;
- семинарские занятия, на которых обсуждаются основные теоретические вопросы;
- письменные домашние работы;
- расчетно-аналитические задания;
- обзор официальных документов и материалов периодической печати;
- консультации преподавателей.

Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- лекции в диалоговом режиме;
- групповые дискуссии;
- моделирование и решение конкретных ситуационных задач;
- компьютерное тестирование.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№ п/п	Подразделение	Фамилия	Подпись	Дата
1	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		23.04.2024 г.
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		23.04.2024 г.
3	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		23.04.2024 г.
4	Учебно-методический отдел	Н.С. Ульянова		23.04.2024 г.
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		23.04.2024 г.