



УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

« 21» апреля 2026 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: Менеджмента и управления персоналом

Разработчики программы:

Старший преподаватель кафедры МиУП И.И. Тифанюк

Программа обсуждена на заседании кафедры МиУП

Заведующий кафедрой МиУП

Е.В. Маскайкина

«21» апреля 2026 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
11. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	10

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.06).

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 Relations Society 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: 3.Е. (часов) 4/144

Форма обучения Очная

Вид контроля

Зачет

№ № п/п	Наименование темы	Очная форма обучения					Компетенции	Литература на (ссылка на номер в списке литературы и/или электронный источник)
		всего	Аудиторны е 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.1-6
2	Профессиональные стандарты в области рекламы и PR	42	2	2		38	УК-2 УК-10	Л.1-6
3	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом	46	4	4		38	УК-2 УК-10	Л.1-6
	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.1-6
2	Профессиональные стандарты в области рекламы и PR	46	2	2		42	УК-2 УК-10	Л.1-6
3	Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR в России и за рубежом	46	2	4		40	УК-2 УК-10	Л.1-6
	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 рейтинга 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. Украинцев, В. Б. Связи с общественностью в органах власти: учебное пособие: [16+] / В. Б. Украинцев, И. Ю. Лепетикова; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2023. – 318 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711263>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-3080-9. – Текст: электронный.
2. 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.

3. Морозов, С. Ю. Правовые основы обеспечения конкуренции, надлежащей рекламы и инвестиционного регулирования: учебник для среднего профессионального образования / С. Ю. Морозов, И. К. Кузьмина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 56 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-22275-3. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/600995>.

Дополнительная литература

4. Коноваленко, М. Ю. Реклама и связи с общественностью. Введение в профессию: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 298 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-20260-1. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/582936>.
5. Основы рекламы и связей с общественностью: учебник для вузов / М. М. Васильева, Ю. Г. Жеглова, Е. Ю. Юдина, И. В. Шаркова; под редакцией М. М. Васильевой. – Москва: Издательство Юрайт, 2026. – 286 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15699-7. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/589167>.
6. Савельева, О. О. Всеобщая история рекламы: учебник / О. О. Савельева, Н. В. Трубникова. – 6-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2024. – 450 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720299>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05894-3. – 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.

11. ПРОВЕРКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

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.

Тип задания	Инструкция	Пример задания				
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между нормативно-правовыми актами и сферами их регулирования в рекламной деятельности. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца				
		Нормативно-правовые акты		Сферы регулирования		
		А	Федеральный закон «О рекламе»	1	Регулирование защиты персональных данных при проведении маркетинговых исследований и сборе информации о потребителях	
		Б	Гражданский кодекс РФ	2	Определение основных понятий рекламы, требований к рекламе и ответственности за нарушения	
		В	Закон «О защите конкуренции»	3	Установление правил защиты от недобросовестной конкуренции в рекламе	
		Г	Закон «О персональных данных»	4	Регулирование авторских прав на рекламные материалы и ответственность за их нарушение	
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:				
	А	Б	В	Г		
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между изменениями в законодательстве и их влиянием на рекламную деятельность. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца				

		Изменения в законодательстве		Влияние на рекламную деятельность	
		А	Внесение поправок в закон «О рекламе» о регулировании интернет-рекламы	1	Необходимость пересмотра ценообразования и планирования рекламных бюджетов
		Б	Обновление требований к маркировке рекламы в социальных сетях	2	Обязательность регистрации и учёта всей интернет-рекламы
		В	Изменение налогового законодательства в части рекламных услуг	3	Усиление ответственности за недостоверную рекламу и введение новых форм контроля
		Г	Введение новых правил защиты прав потребителей в рекламе	4	Новые требования к размещению рекламных материалов в digital-среде
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
		А	Б	В	Г
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при разработке рекламной кампании с учётом требований законодательства. Этапы: 1. Проведение правовой экспертизы рекламной концепции; 2. Разработка креативной концепции рекламной кампании; 3. Получение необходимых разрешений и согласований; 4. Составление технического задания с учётом законодательных требований. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:			
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Компания планирует запуск рекламной кампании нового продукта. При проверке актуальности нормативно-правовой базы обнаружено противоречие между двумя документами. Какой документ имеет приоритетное значение согласно принципам российского законодательства? Варианты ответов:			

выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)		1. Локальный нормативный акт компании, утверждённый недавно; 2. Постановление Правительства РФ, принятое месяц назад; 3. Федеральный закон в новой редакции, вступивший в силу неделю назад; 4. Приказ министерства, изданный два дня назад
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какое из определений наиболее точно отражает понятие «недобросовестная реклама» согласно Федеральному закону «О рекламе»? Варианты ответов: 1. Реклама, которая содержит некорректные сравнения с товарами других производителей; 2. Реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о товаре; 3. Реклама, которая может ввести потребителя в заблуждение относительно рекламируемого товара; 4. Реклама, которая содержит все перечисленные признаки и нарушает законодательство о рекламе.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Какой принцип правового регулирования рекламной деятельности является приоритетным при разрешении спорных ситуаций между участниками рекламного рынка? Варианты ответов: 1. Принцип защиты прав потребителей на получение достоверной информации; 2. Принцип свободы предпринимательской деятельности в сфере рекламы; 3. Принцип добросовестной конкуренции между рекламодателями; 4. Принцип государственного регулирования рекламной деятельности.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания планирует запуск рекламной кампании. Какие из перечисленных действий необходимо выполнить для соблюдения требований законодательства? (может быть несколько). Варианты ответов: 1. Провести проверку рекламной продукции на соответствие ФЗ «О рекламе»; 2. Получить необходимые разрешения и согласования от контролирующих органов; 3. Зарегистрировать рекламную продукцию в государственном реестре; 4. Составить досье на рекламную кампанию с указанием всех используемых материалов.
Задание комбинированного	Прочитайте текст, выберите	При планировании рекламной кампании необходимо проверить актуальность

типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	используемых нормативных документов. Какие из перечисленных действий являются обязательными для определения актуальности нормативно-правовой базы? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Проверка даты последней редакции каждого используемого нормативного акта; 2. Анализ официальных источников на предмет внесения изменений в законодательство; 3. Консультация с коллегами из других рекламных агентств; 4. Изучение судебной практики по спорным вопросам применения законодательства в рекламе.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных терминов относятся к основным понятиям, используемым в Федеральном законе «О рекламе»? Выберите все правильные варианты: Варианты ответов: 1. Спонсор; 2. Рекламодатель; 3. Рекламный носитель; 4. Рекламораспространитель.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов необходимо учитывать при проверке актуальности нормативно-правовой базы в рекламной деятельности? Выберите все правильные варианты. Варианты ответов: 1. Принцип иерархичности нормативных актов; 2. Принцип приоритета специальных норм над общими; 3. Принцип автоматического продления действия старых норм при внесении изменений; 4. Принцип обязательного опубликования всех нормативных актов.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите три основных требования Федерального закона «О рекламе» к рекламе лекарственных средств.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Опишите алгоритм проверки актуальности нормативно-правовой базы для запуска рекламной кампании.

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.

Тип задания	Инструкция	Пример задания			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Знать)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между видами рекламы и требованиями законодательства к их размещению. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца			
		Виды рекламы		Требования законодательства	
		А	Социальная реклама	1	Обязательное наличие предупреждения о вреде для здоровья и ограничение времени трансляции
		Б	Реклама лекарственных средств	2	Обязательное указание на то, что товар не является лекарством и не имеет лечебного эффекта
		В	Реклама алкогольных напитков	3	Обязательное наличие социальной значимости и отсутствие коммерческих целей
		Г	Реклама финансовых услуг	4	Обязательное указание полной информации об условиях предоставления услуг и рисков
				5	Обязательное наличие лицензии и сертификатов соответствия
		Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:			
Задание закрытого типа на установление соответствия (Уметь)	Прочитайте текст и установите соответствие	Установите соответствие между коррупционными проявлениями в рекламной деятельности и антикоррупционными мерами противодействия. К каждой позиции, данной в левом столбце,			

		подберите соответствующую позицию из правого столбца <table><tr><th colspan="2">Коррупционные проявления</th><th colspan="2">Антикоррупционные меры</th></tr><tr><td>А</td><td>Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы</td><td>1</td><td>Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур</td></tr><tr><td>Б</td><td>Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги</td><td>2</td><td>Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов</td></tr><tr><td>В</td><td>Использование инсайдерской информации для получения выгоды</td><td>3</td><td>Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников</td></tr><tr><td>Г</td><td>Сговор между участниками рекламного рынка</td><td>4</td><td>Создание системы внутреннего контроля и аудита</td></tr><tr><td></td><td></td><td>5</td><td>Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников</td></tr></table> Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами: <table><tr><td>А</td><td>Б</td><td>В</td><td>Г</td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				Коррупционные проявления		Антикоррупционные меры		А	Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы	1	Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур	Б	Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги	2	Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов	В	Использование инсайдерской информации для получения выгоды	3	Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников	Г	Сговор между участниками рекламного рынка	4	Создание системы внутреннего контроля и аудита			5	Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников	А	Б	В	Г				
Коррупционные проявления		Антикоррупционные меры																																			
А	Получение незаконного вознаграждения за размещение рекламы	1	Внедрение системы электронного документооборота и прозрачности процедур																																		
Б	Злоупотребление служебным положением при тендерах на рекламные услуги	2	Установление жёстких сроков рассмотрения заявок и публикации результатов																																		
В	Использование инсайдерской информации для получения выгоды	3	Разработка кодекса этики и служебного поведения сотрудников																																		
Г	Сговор между участниками рекламного рынка	4	Создание системы внутреннего контроля и аудита																																		
		5	Введение обязательной декларации доходов и расходов сотрудников																																		
А	Б	В	Г																																		
Задание закрытого типа на установление последовательности (Знать)	Прочитайте текст и установите последо- вательность	Установите правильную последовательность действий при получении разрешения на наружную рекламу. Расположите пункты в логическом порядке, начиная с первого действия. Варианты действий: 1. Подача заявления и пакета документов в уполномоченный орган; 2. Проведение экспертизы места размещения рекламной конструкции; 3. Получение технического заключения о возможности размещения; 4. Заключение договора на размещение рекламной конструкции. Запишите соответствующую																																			

		последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (Уметь)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при рассмотрении жалобы на ненадлежащую рекламу. Расположите пункты в логическом порядке, начиная с первого этапа. Этапы: 1. Вынесение решения по результатам рассмотрения жалобы; 2. Проверка фактов, изложенных в жалобе; 3. Регистрация поступившей жалобы; 4. Уведомление рекламодателя о поступившей жалобе. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание закрытого типа на установление последовательности (Владеть)	Прочитайте текст и установите последовательность	Установите правильную последовательность действий при проверке актуальности нормативно-правовой базы для запуска рекламной кампании. Этапы: 1. Сверка действующих редакций нормативных актов; 2. Анализ изменений в законодательстве за последний квартал; 3. Проверка наличия новых подзаконных актов и разъяснений; 4. Формирование итогового пакета актуальных документов. Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо: <table><tr><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>				
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламное агентство планирует размещение рекламы лекарственного препарата. Какой из перечисленных способов размещения рекламы является законным согласно действующему законодательству? Варианты ответов: 1. Реклама препарата в формате развлекательного контента без указания противопоказаний; 2. Размещение рекламы рецептурного препарата в средствах массовой информации; 3. Реклама препарата с обязательным указанием всех противопоказаний и предупреждений в полном объеме; 4. Реклама препарата с использованием образов медицинских работников без соответствующих разрешений.				

Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламодатель разместил рекламу лекарственного препарата, в которой не указал противопоказания и возможные побочные эффекты. Какой вид ответственности предусмотрен в данном случае? Варианты ответов: 1. Административная ответственность в виде штрафа за нарушение законодательства о рекламе; 2. Гражданско-правовая ответственность за причинение морального вреда потребителям; 3. Уголовная ответственность за введение потребителей в заблуждение; 4. Дисциплинарная ответственность работников рекламной компании.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Рекламное агентство разместило рекламу табачных изделий на радио в утреннее время (с 7:00 до 10:00). Какое правовое последствие наступит в данной ситуации? Варианты ответов: 1. Предупреждение от антимонопольной службы за нарушение времени трансляции; 2. Административный штраф за нарушение законодательства о рекламе табачных изделий; 3. Предписание о прекращении рекламы без дополнительных санкций; 4. Аннулирование лицензии на рекламную деятельность.
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Умеет)	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	Что является основным признаком недобросовестной рекламы согласно законодательству РФ? Варианты ответов: 1. Наличие недостоверной информации о товаре или услуге; 2. Отсутствие контактных данных рекламодателя; 3. Использование иностранных слов в рекламном тексте; 4. Превышение допустимой длительности рекламного блока.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	В рекламном буклете компании обнаружены следующие нарушения: Какие из перечисленных нарушений являются существенными и требуют немедленного прекращения распространения рекламной продукции? (может быть несколько): Варианты ответов:

выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)		1. Отсутствие сведений о производителе товара; 2. Использование запрещенных приемов сравнения с товарами конкурентов; 3. Превышение допустимого размера шрифта в тексте рекламы; 4. Отсутствие маркировки «реклама» на материале.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из разряда решения типовых задач, сопоставления, последовательности) (Владеть)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Компания размещает рекламу нового финансового продукта. Какие из перечисленных действий являются нарушениями законодательства о рекламе? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Обещание гарантированной высокой доходности без указания рисков; 2. Использование отзывов клиентов без указания их реальных имен и фамилий; 3. Отсутствие информации о полной стоимости кредита; 4. Размещение рекламы только на официальном сайте компании.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Знать)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных элементов входят в понятие «ненадлежащая реклама» согласно законодательству РФ? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Недостоверная реклама, содержащая ложные сведения о товаре; 2. Неэтичная реклама, нарушающая общепринятые нормы морали; 3. Сравнительная реклама, указывающая на преимущества товара; 4. Заведомо ложная реклама, вводящая потребителей в заблуждение.
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора (из терминологии, фактов, параметров, принципов) (Уметь)	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов	Какие из перечисленных принципов являются основополагающими при разработке рекламной политики компании? (может быть несколько): Варианты ответов: 1. Принцип законности в рекламе и соблюдении прав потребителей; 2. Принцип экономической эффективности рекламных кампаний; 3. Принцип достоверности и полноты рекламной информации; 4. Принцип монополизации рекламного рынка.

Задание открытого типа с развернутым ответом (Знать)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Охарактеризуйте основные правовые требования к рекламе лекарственных средств.
Задание открытого типа с развернутым ответом (Уметь)	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	Укажите 4 основных антикоррупционных меры, которые должны быть реализованы в рекламной компании при проведении тендеров на размещение рекламы.