

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» июня 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.19

Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы

Учебный план: ФГОС3+_2020-2021_42.03.01_ИБК_ОО_РИСО.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в отрасли (в дизайне и моде)
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Старший преподаватель

Кислицына Анастасия
Алексеевна

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с
общественностью

Степанов Михаил
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Степанов Михаил
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: изучение теоретических основ механизма государственного регулирования информационной

деятельности, в частности рекламной деятельности, а также формирование навыка использовать основы правовых знаний в сфере рекламы и связей с общественностью.

1.2 Задачи дисциплины:

- определить общие и специальные требования, предъявляемые законодательством к осуществлению рекламной и PR-деятельности;

- раскрыть субъектный состав информационных правоотношений, основные права и обязанности сторон указанных отношений, а также их ответственность за нарушение законодательства о рекламе и о СМИ;

- рассмотреть особенности участия основных сил в регулировании рекламно-информационной деятельности (потребители, общественные организации, государство).

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

История и теория модной индустрии

Комплексные исследования в отрасли

Основы визуальной культуры

Введение в историю дизайна и искусств

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Производственная практика (профессионально-творческая практика (в том числе проектная практика))

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1: Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности
--

Знать: основные нормы, регулирующие общественные отношения, основные правовые категории, нормативные акты правового регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью

Уметь: в процессе производства и реализации медиа и (или) коммуникационного продукта придерживаться правовых норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности на основе принципов открытости.

Владеть: навыками использования правовых и нормативных документов в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности на основе корпоративной социальной ответственности
--

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Правовое регулирование PR-деятельности	7					О,Д
Тема 1. Проблема определения правового поля связей с общественностью. Практическое занятие: PR-кейсы с нарушением законодательства в области связей с общественностью.		2	4	6	ГД	
Тема 2. Правовое регулирование политического PR. Практическое занятие: Правовое регулирование предвыборной кампании. Защита репутации в политической сфере.		3	6	6		
Раздел 2. Правовое регулирование рекламной деятельности						ДС,О
Тема 3. Закон "О рекламе" и другие виды правового регулирования рекламной деятельности. Практическое занятие: Нарушение закона о рекламе в РФ и в мире.		4	4	10,75	ГД	
Тема 4. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Практическое занятие: Маркетинговое право и медиа.		2	6	10	ГД	
Раздел 3. Смежное законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью						Д,Пр
Тема 5. Смежные законодательные акты: Закон "О Средствах массовой информации" и его действие в сфере рекламы и связей с общественность. Практическое занятие: Юридическая и иная ответственность за нарушение Закона "о СМИ" в профессиональной деятельности.		2	8	14		
Тема 6. Защита авторского права в сфере рекламы и PR. Защита прав потребителей. Практическое занятие: Кейсы с нарушением смежного законодательства в рекламе и PR.		4	6	10	РИ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	<p>Называет основные нормы, регулирующие общественные отношения, основные правовые категории, нормативные акты правового регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Соблюдает правовые нормы и соответствующее законодательство в процессе производства и реализации медиа и (или) коммуникационного продукта.</p> <p>Использует правовые и нормативные документы в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности на основе корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Вопросы для устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированное задание</p> <p>Практико-ориентированное задание</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает в достаточной степени аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует логичность и последовательность ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практического задания.</p>	Не предусмотрена.
Не зачтено	<p>Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Т.е студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	Не предусмотрена.

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Проблема юридического определения медиа
2	Медиа как объект правового регулирования
3	Юридическое содержание понятий «информация», «информационная сфера»
4	Информационное право как отрасль права, регулирующая рекламу и СО – содержание, цели, органы регулирования федерального, регионального и муниципального уровня.
5	Юридическое понятие и состав фирменного наименования.
6	Соотношение права на коммерческое обозначение с правами на фирменное наименование и товарный знак.
7	Условия и процедура регистрации товарных знаков
8	Принципы организации и проведения выборов

9	Методы защиты информационной безопасности РФ: организационно-технические, экономические, политические.
10	Виды информации с ограниченным доступом
11	Понятие социальной рекламы в праве (некоммерческая реклама, общественная реклама)
12	Правовое регулирование социальной рекламы
13	Регулирование рекламы в Европейской концепции о трансграничном телевидении
14	Особенности распространения теле- и радиорекламы в России
15	Ограничения на длительность рекламы в Европе и России
16	Правовые основы ограничения на распространение информации и пропаганду товаров, наносящих вред здоровью
17	Особенности нормативного регулирования рекламы алкогольной продукции
18	Реклама на транспорте и автомобильной дороге
19	Понятия добросовестной и недобросовестной конкуренции
20	Полномочия органов публичной власти в сфере реализации конкурентной политики и правового регулирования конкуренции в РФ
21	Принципы антимонопольного права в регулировании маркетинговой деятельности
22	Основные механизмы правового регулирования и контроля рекламной и PR-деятельности
23	Полномочия Федеральной антимонопольной службы в сфере рекламы и маркетинга
24	Понятие интеллектуальной собственности
25	Международные нормы защиты авторских прав
26	Этическое и правовое саморегулирование профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.
27	Этическое и правовое саморегулирование профессиональной деятельности зарубежных и отечественных СМИ
28	Смежное законодательство в рекламе и СО. Закон о защите прав потребителей. Закон о СМИ. ГК РФ.
29	Мировой опыт правового регулирования сферы рекламы и PR.
30	Недобросовестная конкуренция и правовые способы борьбы с ней.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрены.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Опишите и проиллюстрируйте смежные права: права исполнителей на их исполнения и постановки, права производителей фонограмм на их фонограммы, права организаций эфирного вещания на их передачи в эфир, права организаций кабельного вещания на их передачи для всеобщего сведения.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Время на подготовку - 30 минут. Обучающемуся запрещено пользоваться дополнительными источниками информации и лекциями.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Эриашвили, Н. Д., Романов, А. А., Васильев, Г. А., Апаликов, Н. С., Свиридова, Е. А., Линев, А. Н.	Правовое регулирование рекламной деятельности	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81824.html

Таланцев, В. И.	Антимонопольное законодательство и регулирование	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/70263.html
Антипов, А. А.	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	Москва: Московский технический университет связи и информатики	2016	http://www.iprbookshop.ru/61472.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Братановский, С. Н., Развеев, Д. В.	Административно-правовое регулирование организации и деятельности политических партий в Российской Федерации	Саратов: Электронно-библиотечная система IPRbooks	2012	http://www.iprbookshop.ru/9009.html
Братановский, С. Н., Вознесенский, К. Л.	Административно-правовое регулирование осуществления государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства в Российской Федерации	Саратов: Электронно-библиотечная система IPRbooks	2012	http://www.iprbookshop.ru/9014.html
Сергеева, Л. Н.	Антимонопольное законодательство США	Москва: Российская таможенная академия	2010	http://www.iprbookshop.ru/69694.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) URL: <http://www.rsoc.ru>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows

MicrosoftOfficeProfessional

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Учебная аудитория	Специализированная мебель, доска