

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.О.15 Правовое обеспечение рекламной и PR
деятельности

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

42.03.01.31 Рекламный маркетинг

Форма обучения

очная

Год набора

2019

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

старший преподаватель, Ирина Ивановна Бушуева

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

Преподавание дисциплины ставит перед собой цель – изучение правовых основ регулирования рекламной и PR деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной и PR деятельности, основных договоров, связанных с производством и распространением информации.

Обучение в рамках курса включает цикл лекционных занятий и занятий семинарского типа; формой контроля знаний студентов является экзамен.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи преподавания дисциплины в соответствии с положениями Федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования:

- выработка понятийного аппарата в области знаний о правовом регулировании рекламной и PR деятельности;
- ознакомление с нормами права, морали и этики в регулировании информационного процесса;
- понимание проблем и умение анализировать правоприменительную практику в сфере рекламной деятельности, развитие навыков практического применения законодательства об информации, рекламе;
- формирование умения применять теоретические знания по правовому регулированию рекламной и PR деятельности на практике;
- выработка готовности к использованию действующего законодательства РФ и международных документов в профессиональной деятельности;
- обучение практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере связей с общественностью и рекламы.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
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: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и	тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм

<p>мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>регулирования основываясь на знании политических и экономических механизмов функционирования этих систем;</p> <p>тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, а также правовых и этических норм регулирования данных процессов;</p> <p>собирать и обобщать информацию о медиакоммуникационных системах региона, страны и мира для понимания дальнейших тенденций их развития;</p> <p>собирать и анализировать информацию о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, с учетом закономерностей политических и экономических механизмов их функционирования;</p> <p>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 применяя правовые и этические нормы их регулирования.</p> <p>навыками поиска, сбора и обобщения информации о медиакоммуникационных системах региона, страны и мира;</p> <p>тенденциями развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования с учетом закономерностей политических и экономических механизмов их функционирования;</p> <p>тенденциями развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования, выбора и применения правовых и этических норм их регулировании.</p>
<p>УК-10: Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</p>	
<p>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</p>	

<p>УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и</p>	<ul style="list-style-type: none"> - понятия государства и права, их роль в жизни общества; - понятие и принципы правового государства;
<p>выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<ul style="list-style-type: none"> - понятие нормы права и нормативно-правовых актов; - источники российского права, систему законов и подзаконных актов РФ; - понятия правонарушения и юридической ответственности; - Конституцию Российской Федерации как основной закон государства; - нормативно-правовые акты в рамках своей будущей профессиональной деятельности; - основы работы с СПС «Гарант» и «Консультант +». - систему органов государственной власти в Российской Федерации; - знание основных институтов рекламного права: предмет, метод, принципы правового регулирования; субъектов, объектов рекламного права, средства индивидуализации товаров, работ, услуг; специфику рекламных договоров, особенности их заключения и расторжения; ответственность за нарушение в сфере рекламы; - основные положения гражданского, административного и уголовного законодательства Российской Федерации, виды и основания юридической ответственности по законодательству Российской Федерации. - систему российского права (отрасли, институты); - значение законности и правопорядка в современном обществе; - содержание гражданских, трудовых и иных прав, порядок их реализации и защиты. - собирать нормативную информацию по профилю своей профессиональной деятельности; - находить в нормативно-правовых актах нормы, необходимые для профессиональной деятельности. - анализировать юридические нормы, побуждающие к корректировке профессиональной деятельности. - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм. - навыками использования справочно-правовых систем «Гарант» и «Консультант +» при реализации профессиональной деятельности. - приемами анализа нормативных актов, подлежащих реализации.

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	1,25 (45)	
занятия лекционного типа	0,42 (15)	
практические занятия	0,83 (30)	
Самостоятельная работа обучающихся:	1,75 (63)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

		Контактная работа, ак. час.							
№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Введение в дисциплину "Правовое регулирование рекламной и PR деятельности"									
	1. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламной и PR деятельности 2. Источники правового регулирования рекламной деятельности 3. Понятие рекламной информации по действующему российскому законодательству 4. Субъекты рекламной деятельности и их правовое положение	3							
	2. Семинарские занятия не предусмотрены. 2. Источники правового регулирования рекламной деятельности 3. Понятие рекламной информации по действующему российскому законодательству 4. Субъекты рекламной деятельности и их правовое положение			4					

3. Введение в дисциплину "Правовое регулирование рекламной и PR деятельности"							21	
2. Общие и специальные требования к информации и рекламе								
1. 1. Общие требования к рекламе 2. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы 3. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров 4. Договоры в рекламной деятельности	6							
2. 1. Общие требования к рекламе 2. Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы. 3. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов. 4. Договоры в рекламной деятельности.			13					
3. Общие и специальные требования к информации и рекламе							21	
3. Государственное регулирование и саморегулирование в сфере рекламы и PR деятельности								
1. 1. Государственный надзор в рекламной деятельности 2. Саморегулирование в сфере рекламы 3. Юридическая ответственность за правонарушение в сфере рекламы	6							
2. 1. Государственный надзор в рекламной деятельности. 2. Саморегулирование в сфере рекламы. 3. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламы.			13					
3. Государственное регулирование и саморегулирование в сфере рекламы и PR деятельности							21	
Всего	15		30				63	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Эриашвили Н. Д. Правовое регулирование рекламной деятельности (Москва: Издательство "ЮНИТИ-ДАНА").
2. Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд: учеб. пособие(Москва: Аспект Пресс).
3. Перевалов В. Д. Правоведение. 21 шаг к правовой культуре: учебник для вузов неюридического профиля(Москва: НОРМА).
4. Тангейт М. Всемирная история рекламы: Учебное пособие(Москва: ООО "Альпина Паблицер").
5. Ананьева Н. В., Сулова Ю. Ю. Рекламная деятельность: учебное пособие(Красноярск: СФУ).
6. Городов О.А. Информационное право: учебное пособие(Москва: Проспект).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. Операционная система Windows Vista Business Russian AE.
2. Офисное приложение Office Professional Plus 2007 Russian.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Правовые базы данных СПС Консультант+, Гарант.
2. Электронная библиотека Elibrary (elibrary.ru).
3. Условия доступа - авторизация по IP-адресам СФУ.

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Лекционные аудитории и аудитории для проведения занятий семинарского типа.

Оборудование – презентационный комплекс.