ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Череднякова А. Б.
Пользователь: cheredniakovaab
Дата подписания: 26.05.2022

А. Б. Череднякова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.27 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Предпринимательское, конкурентное и экологическое право

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.юрид.н., проф.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Кванина В. В.
Пользователь: kvaninavv
Дата подписания: 26.05.2022

В. В. Кванина

Разработчик программы,
к.юрид.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Спиридонова А. В.
Пользователь: spiridonovaav
Дата подписания: 26.05.2022

А. В. Спиридонова

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Главная цель дисциплины «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью» – является формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с пониманием и решением правовых вопросов в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью. Задачами изучения дисциплины являются: закрепление теоретических знаний о правовом регулировании рекламы и связей с общественностью, умение корректно пользоваться и применять законодательство с учётом принятой судебно – арбитражной практики; умение анализировать развитие российского законодательства в области рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины

В содержание программы входят следующие вопросы: • Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью; • Общие и специальные требования, предъявляемые к рекламе; • Требования, предъявляемые к субъектам рекламной деятельности; • Договоры в сфере рекламной деятельности; • Правовое регулирование политической рекламы; • Правовое регулирование интеллектуальной собственности в сфере рекламы и связей с общественностью; • Правовое регулирование деятельности средств массовой информации • Правовое регулирование защиты чести, достоинства и деловой репутации. • Правовое регулирование деятельности средств массовой информации и др.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
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	Знает: Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью и средств массовой информации, сфере интеллектуальной собственности, гражданско-правовых, информационных правоотношений, т.ч. Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы и федеральные законы, а также общепризнанные принципы, нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, а также подзаконные акты, акты органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, локальные нормативные правовые акты. Умеет: Анализировать действующее законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; гражданское законодательство, в т.ч. в сфере интеллектуальной собственности, законодательство об информации. Умеет применять нормы законодательства о рекламе к конкретным видам рекламной информации, применять нормы законодательства о СМИ при

	осуществлении связей с общественностью посредством СМИ и др.; анализировать судебную практику и практику уполномоченных государственных органов с целью выявления основных проблем и путей их решения. Имеет практический опыт: "Составления правовых документов в области рекламы и связей с общественностью (договоров, претензий, исков), в т. ч. договоров на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. Имеет опыт правового анализа поставленных задач в рамках поставленной цели и способен выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Имеет практический опыт работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами.
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	Знает: Основные этапы развития законодательства о рекламе и связях с общественностью в России и зарубежных странах; основные тенденции в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью на современном этапе развития общественных отношений, основные тенденции развития законодательства, регулирующего медиакоммуникационные системы региона, страны и мира, основные тенденции законодательства об интеллектуальной собственности и информации, в т.ч. размещении информации, результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных в сети Интернет Умеет: Учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации с целью выявления основных проблем, подходов и формирования на основе этого собственной позиции; выражать свою гражданскую позицию при подготовке рекламных проектов, в т.ч. социальной рекламы, подготовке и проведении кампаний, связанных с обеспечением связей с общественностью Имеет практический опыт: Применения в профессиональной деятельности навыка изучения, анализа и синтеза правовых знаний в области правового регулирования рекламы и связей с общественностью; способностью оценить содержание проектной документации в сфере правового регулирования рекламы и связей с общественностью на предмет ее соответствия законодательству.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.10 Правоведение	1.О.28 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.10 Правоведение	Знает: "- Основные положения законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты в рамках своей деятельности; содержание конституционных и иных прав в сфере осуществления деятельности, порядок их реализации и защиты; - виды и основания ответственности по законодательству Российской Федерации за правонарушения., совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;необходимые для осуществления проектов в области профессиональной деятельности правовые нормы, Значение основных правовых категорий, сущность коррупционного поведения, формы его проявления в различных сферах общественной жизни.Основы российского законодательства, а также антикоррупционных стандартов поведения, уважение к праву и закону. Умеет: "- Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности; - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм., осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, Анализировать, правильно толковать и применять нормы права в различных сферах социальной деятельности, а также в сфере противодействия коррупции. Идентифицировать и оценивать коррупционные риски. Имеет практический опыт: "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности., участия в разработке и продвижении проектов разных типов, решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности и применения нормативной базы, Осуществления социальной и профессиональной деятельности на основе

	развитого правосознания, сформированной правовой культуры и нетерпимого отношения к коррупционному поведению.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 20,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	87,5	87,5
Изучение лекционного материала	40	40
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	30	30
Подготовка к экзамену	17,5	17.5
Консультации и промежуточная аттестация	8,5	8,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Общие положения о правовом регулировании рекламы и связей с общественностью	3	1	2	0
2	Общие и специальные требования, предъявляемые к отдельным видам рекламы	3	1	2	0
3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью	3	1	2	0
4	Гражданско-правовые институты в сфере рекламы и связей с общественностью	3	1	2	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Источники правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Понятие и признаки рекламы. Понятие и признаки рекламной деятельности	1

1	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы.	1
2	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью. Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	1
2	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связах с общественностью. Защита чести, достоинства и деловой репутации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понятие и классификация договоров в сфере рекламы и связей с общественностью. Отдельные договоры в сфере рекламы и связях с общественностью.	1

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие и признаки рекламы. Понятие и признаки рекламной деятельности. Отграничение рекламы от иных видов информации.	2
1	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы.	2
2	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	2
2	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связах с общественностью. Защита чести, достоинства и деловой репутации в сфере рекламы и связей с общественностью. Понятие и классификация договоров в сфере рекламы и связей с общественностью. Отдельные договоры в сфере рекламы и связях с общественностью.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Изучение лекционного материала	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	40
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	30
Подготовка к экзамену	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	17,5

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	7	Текущий контроль	Устный опрос	0,1	5	Устный опрос осуществляется на каждом практическом занятии Студенту задаются вопросы в устной форме. Для ответа на устный вопрос отводится 1-2 минуты. Порядок начисления баллов за каждый теоретический вопрос: 1) использование действующего законодательства при ответе на теоретический вопрос (максимум 1 б.): основан на действующем законодательстве – 1 балл; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 баллов; 2) знание современных точек зрения по проблеме (максимум – 2 б.): при ответе на теоретический вопрос отражены 3-и и более точек зрения на проблему – 2 балла; при ответе отражены 2 точки зрения на проблему – 1 балл; ответ не отражает знание проблем правового регулирования – 0 баллов. 4) содержание ответа на теоретический вопрос – максимум 2 балла: раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 2 балла; вопрос раскрыт частично – 1 балл; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 баллов. Отсутствие ответа на вопросы оценивается в 0 баллов. Максимальное количество баллов за опрос – 5 баллов Весовой коэффициент контрольно-рейтингового мероприятия – 0,1.	экзамен
2	7	Текущий контроль	Бонусное задание	1	5	Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от	экзамен

						24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная величина бонусрейтинга +15 %.	
3	7	Текущий контроль	Доклад	0,4	5	Обучающиеся-докладчики самостоятельно изучают предложенную тему, вычленяют проблему правового регулирования и готовят выступление. Остальные обучающиеся после доклада задают докладчику вопросы, высказывают собственное мнение и предложения. Основательность заданного вопроса указывает на подготовленность по теме. Оценивается: А) содержание доклада: 1 балл – доклад основан на действующем законодательстве; 0 баллов - доклад основывается на утратившем силу законодательстве. 1 балл – доклад содержит точки зрения на определенные докладчиком проблемы права (не менее трех); 0 баллов - доклад основан на единственном подходе к освещаемой тематике 1 балл – доклад содержит кратко изложенные примеры из актуальной юридической и судебной практики (до 5 шт); 0 баллов -в докладе не содержатся примеры из актуальной юридической практики. Б) оформление доклада: 1 балл – доклад оформлен надлежащим образом (4–5 страниц шрифтом Times New Roman, размер шрифта – 14 pt, междустрочный интервал 1,5, выравнивание текста по ширине); 0 баллов - оформление доклада не соответствует предъявляемым требованиям 1 баллов – с докладом в данный ресурс прикреплена презентация, отражающая основные содержательные моменты доклада, объемом не менее 5 слайдов; 0 - баллов - к докладу не подготовлена презентация.	экзамен
4	7	Текущий контроль	Решение задач	0,3	5	Решение задач выполняется в письменном виде. Решенные задачи представляются преподавателю на проверку на практическом занятии по соответствующей теме. При решении задач обязательно используются нормативные правовые акты в последней редакции, приводится анализ судебной практики, в т.ч. постановлений, определений, разъяснений Пленума Верховного Суда РФ. разъяснений ФАС РФ	экзамен

						Порядок начисления баллов за решение задач: 1) использование действующего законодательства (максимум – 2 б.): решение основано на действующем законодательстве в полном объеме – 2 б.; частично – 1 б.; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 б.; 2) соблюдение логики решения задачи (максимум – 2 б.): в полном объеме – 2 б.; допущены незначительные логические ошибки (не повлияли на результат решения) – 1 балл; допущенные существенные логические ошибки привели к неверному решению задачи, решение задач не выполнено – 0 баллов. 3) правильность решения задач (максимум 1 б.): задача решена верно – 1 б.; задача решена неверно – 0 б. Максимальное количество баллов за решение задач – 5 баллов.	
5	7	Текущий контроль	Выполнение практических заданий	0,5	2	Выполнением практических заданий оцениваются навыки применения положений законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью, умения работать с информационными ресурсами в изучаемой сфере, навыки работы с процессуальными документами. Проверка выполнения практических заданий осуществляется на каждом практическом занятии. Практические задания содержатся в заданиях для подготовки к практическим занятиям, размещенным в ЭУК по дисциплине. Студент выполняет практические задания в ходе самостоятельной работы, оформляет их в письменном (электронном) виде и предоставляет на проверку преподавателю. При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). За выполнение задания правильно, в полном объеме, при условии его своевременного предоставления в день проведения практического занятия начисляется 2 балла. При условии его правильного, полного, но несвоевременного предоставления (не в день проведения практического занятия) начисляется 1 балл, при условии непредоставления задания начисляется 0	экзамен

						баллов. Весовой коэффициент мероприятия – 0,5	
6	7	Проме-жуточная аттестация	экзамен	-	14	Экзамен проводится в соответствии с расписанием экзаменационной сессии. Во время сдачи экзамена в аудитории может находится одновременно не более 8-10 обучающихся. На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. №179, в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). По результатам выполненных мероприятий текущего контроля в процентном выражении формируется оценка за курс. При условии выполнения мероприятий текущего контроля и достижении рейтинга 60 – 100 % обучающийся получает соответствующую рейтингу оценку. При желании повысить рейтинг за курс обучающийся на очном экзамене отвечает на 2 теоретических вопроса в рамках экзаменационного билета. Для подготовки к ответам по экзаменационному билету предоставляется 30 минут. При подготовке к ответам по теоретическим вопросам запрещено пользоваться любыми материалами. Преподаватель вправе задавать дополнительные вопросы в пределах экзаменационного билета. Порядок начисления баллов за каждый теоретический вопрос: 1) использование действующего законодательства при ответе на теоретический вопрос (максимум 1 б.): основан на действующем законодательстве – 1 балл; ответ основан на устаревшем законодательстве – 0 баллов; 2) знание современных точек зрения по проблеме (максимум – 2 б.): при ответе на теоретический вопрос отражены 3-и и более точек зрения на проблему – 2 балла; ответ основан на единственном	экзамен

						подходе к решению проблемы – 1 балл; ответ не отражает знание проблем правового регулирования – 0 баллов. 3) содержание ответа на теоретический вопрос – (максимум 2 балла): раскрыты все аспекты вопроса (например, понятие, признаки, принципы, субъекты и т.д.) – 2 балла; вопрос раскрыт частично – 1 балл; вопрос не раскрыт (нет ответа) – 0 баллов. За два теоретических вопроса обучающийся может набрать максимум 10 баллов. Максимальный балл за мероприятие промежуточной аттестации – 10 баллов	

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85…100 % Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75…84 % Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60…74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0…59 %	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
УК-2	Знает: Законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью и средств массовой информации, сфере интеллектуальной собственности, гражданско-правовых, информационных правоотношений, т.ч. Конституцию Российской Федерации, федеральные конституционные законы и федеральные законы, а также общепризнанные принципы, нормы международного права и международные договоры Российской Федерации, а также подзаконные акты, акты органов власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, локальные нормативные правовые акты.	+	+	+	+	+	+
УК-2	Умеет: Анализировать действующее законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью; гражданское законодательство, в т.ч. в сфере интеллектуальной собственности, законодательство об информации. Умеет применять нормы законодательства о рекламе к конкретным видам рекламной информации, применять нормы законодательства о СМИ при осуществлении связей с общественностью посредством СМИ и др.; анализировать судебную практику и практику уполномоченных государственных органов с целью выявления основных проблем и путей их решения.	+	+	+	+	+	+
УК-2	Имеет практический опыт: "Составления правовых документов в области рекламы и связей с общественностью (договоров, претензий, исков), в т. ч.	+	+	+	+	+	+

	договоров на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижения интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах. Имеет опыт правового анализа поставленных задач в рамках поставленной цели и способен выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм. Имеет практический опыт работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами.						
ОПК-5	Знает: Основные этапы развития законодательства о рекламе и связях с общественностью в России и зарубежных странах; основные тенденции в правовом регулировании рекламы и связей с общественностью на современном этапе развития общественных отношений, основные тенденции развития законодательства, регулирующего медиакоммуникационные системы региона, страны и мира, основные тенденции законодательства об интеллектуальной собственности и информации, в т.ч. размещении информации, результатов интеллектуальной деятельности, персональных данных в сети Интернет	+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Умеет: Учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации с целью выявления основных проблем, подходов и формирования на основе этого собственной позиции; выражать свою гражданскую позицию при подготовке рекламных проектов, в т.ч. социальной рекламы, подготовке и проведении кампаний, связанных с обеспечением связей с общественностью	+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Имеет практический опыт: Применения в профессиональной деятельности навыка изучения, анализа и синтеза правовых знаний в области правового регулирования рекламы и связей с общественностью; способностью оценить содержание проектной документации в сфере правового регулирования рекламы и связей с общественностью на предмет ее соответствия законодательству.	+	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Минбалеев, А. В. Правовое регулирование рекламной деятельности Текст учеб. пособие для вузов по специальности 030501 "Юриспруденция" А. В. Минбалеев ; под ред. В. В. Кваниной. - М.: Юриспруденция, 2010. - 223 с. 21 см

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Хозяйство и право
2. Предпринимательское право
3. Право и экономика

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. методические указания для студентов по изучению дисциплины "Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью"

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. методические указания для студентов по изучению дисциплины "Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью"

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Мартыненко, Г.И. Правовая защита конкуренции: учебное пособие. [Электронный ресурс] / Г.И. Мартыненко, И.П. Мартыненко. — Электрон. дан. — М. : Юстицинформ, 2016. — 424 с. https://e.lanbook.com/book/75105
2	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Терских, М.В. Реклама в коммуникационных процессах: учебно-методическое пособие. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2008. — 40 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/12789 — Загл. с экрана.
3	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Ильин, А.С. Теория и практика связей с общественностью. Курс лекций. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2014. — 208 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/53558 — Загл. с экрана.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ИВИС"-База данных периодических изданий ИВИС(26.02.2022)
2. -База данных ВИНИТИ РАН(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	446 (1)	1) проектор; 2) компьютер с доступом в Интернет; 3) комплект мебели по количеству обучающихся; 4) комплект учебно-методической документации, 4) наглядные средства обучения: - комплекты таблиц
Лекции	446 (1)	1) проектор; 2) компьютер с доступом в Интернет; 3) комплект мебели по количеству обучающихся; 4) комплект учебно-методической документации, 4) наглядные средства обучения: - комплекты таблиц