#### ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ: Директор института Институт медиа и социальногуманитарных наук

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота (Ожно-Уранскию государственного университета СВДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдви: Лободенко Л К. Пользователь: lobodenkolk [Пользователь: lobodenkolk]

 $\overline{\Pi}$ . К. Лободенко

#### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.26 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.

Разработчик программы, к.юрид.н., доцент

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления к.пед.н., доц.





В. В. Кванина

А. В. Спиридонова

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранитев в системе электронного документооборога (Ожно-Уральского государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Лычагина И. Н. Пользователь: lychaginain

И. Н. Лычагина

#### 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	Планируемые результаты
ОП ВО (компетенции)	обучения по дисциплине
	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
УК-2 Способен определять круг задач в рамках	международные договоры Российской
поставленной цели и выбирать оптимальные	Федерации, а также подзаконные акты, акты
способы их решения, исходя из действующих	органов власти субъектов Российской
правовых норм, имеющихся ресурсов и	Федерации, органов местного самоуправления,
ограничений	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 данных в сети Интернет деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их 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

Умеет: Учитывать нормативно-правовые акты, судебную и административную практику по делам о рекламе и связях с общественностью, об интеллектуальной собственности и информации функционирования, правовых и этических норм 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,	Перечень последующих дисциплин,
видов работ учебного плана	видов работ
Нет	Не предусмотрены

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

Нет

### 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
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	30	30
Изучение лекционного материала	40	40
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

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

с общественностью		

### 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

<u>№</u> 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			

Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	30
Изучение лекционного материала	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	40
Подготовка к экзамену	Материалы для подготовки размещены в электронном курсе	7	17,5

### 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

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

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ KM	Се- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Bec	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва- ется в ПА
1	7	Текущий контроль	Устный опрос	0,1	6	Устный опрос осуществляется на каждом практическом занятии Студенту задаются 3 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Правильный ответ на вопрос соответствует 2 баллам. Частично правильный ответ соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов — 6. Весовой коэффициент мероприятия — 0,1.	экзамен
2	7	Текущий контроль	Бонусное задание	1	6	Студент представляет копии документов, подтверждающие победу или участие в предметных олимпиадах по темам дисциплины При оценивании результатов мероприятия используется балльнорейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная величина бонусрейтинга +15 %.	экзамен
3	7	Текущий	Доклад	0,4	3	Проводится во время практических и	экзамен

				I			
		контроль				семинарских занятий. При оценивании	
						результатов выступления	
						с докладом используется балльно-	
						рейтинговая система оценивания	
						результатов учебной деятельности	
						обучающихся (утверждена приказом	
						ректора от 24.05.2019 г. № 179).	
						Правильное и полное освещение темы	
						доклада — 3 балла;	
						Правильные но не совсем полное	
						освещение темы доклада — 2 балла;	
						Частичное освещение темы	
						доклада — 1 балл; Не подготовка доклада	
						по заданной теме — 0 баллов. Весовой	
						коэффициент мероприятия (за каждый	
						доклад) – 0,4.	
						Проводится на каждом занятии. При	
						оценивании результатов решения задач	
						по темам используется балльно-	
						рейтинговая система	
						оценивания результатов учебной	
						деятельности обучающихся (утверждена	
						приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).	
		Текущий контроль				Время на выполнение 20 минут, после	
	7					чего заслушивается решение, происходит	
4			Решение задач	0,3	3	разбор ошибок, неточностей или	экзамен
'						неполноты данного решения. Правильное	3K3UMCII
						решение задач по теме — 3 балла;	
						Правильное решение задач по теме с	
						небольшими неточностями — 2	
						балла; Частично правильное решение	
						задач по теме или с многочисленными	
						неточностями — 1 балл; Полностью	
						неправильные ответы — 0	
						Весовой коэффициент мероприятия (за	
						решение задач каждой темы) – 0,3.	
						Выполнением практических заданий	
						оцениваются навыки применения	
1						положений законодательства в сфере	
						рекламы и связей с общественностью,	
						умения работать с информационными	
						ресурсами в изучаемой сфере, навыки	
						работы с процессуальными документами.	
1						Проверка выполнения практических	
			Выполнение			заданий осуществляется на каждом	
5	7	Текущий		0,5	2	практическом занятии. Практические	OKOONAOII
	/	контроль	практических заданий	0,5		задания содержатся в заданиях для	экзамен
			задании			подготовки к практическим занятиям,	
1						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	
L				L		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	
						баллов.	
						Весовой коэффициент мероприятия – 0,5	
						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	
		Проме-				дисциплине используется балльно-	
6	7	жуточная	экзамен	-	1	рейтинговая система. Отлично: Величина	экзамен
		аттестация				рейтинга обучающегося по дисциплине	
						85100 % Хорошо: Величина рейтинга	
						обучающегося по дисциплине 7584 %	
						Удовлетворительно: величина рейтинга	
						обучающегося по дисциплине 6074 %	
						Неудовлетворительно: Величина	
						рейтинга обучающегося по дисциплине	
L						059 %	

# 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	по дисциплине используется оалльно-реитинговая система. Отлично: Величина рейтинга обучающегося по лисциплине	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

# 6.3. Оценочные материалы

Компетенции	Результаты обучения	1	№ 2	K 3 4	M 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 интернетсайта 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.	+	+	+	+	+	+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному 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	литература	библиотечная система	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	литература	система	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	литература	библиотечная система	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 "Гарант Урал Сервис"-Гарант (бессрочно)
- 2. -Консультант Плюс(31.07.2017)

# 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	<b>№</b> 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
Пекции	446	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