ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института
Институт медиа и социально-гуманитарных наук

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
ЮУрГУ
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лободенко Л. К.
Пользователь: lobodenkolk
Дата подписания: 18.01.2022

Л. К. Лободенко

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 очная
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
ЮУрГУ
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Кванина В. В.
Пользователь: kvaninavv
Дата подписания: 17.01.2022

В. В. Кванина

Разработчик программы,
к.юрид.н., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
ЮУрГУ
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Спиридонова А. В.
Пользователь: spiridonovaav
Дата подписания: 17.01.2022

А. В. Спиридонова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель направления
к.пед.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
ЮУрГУ
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Лычагина И. Н.
Пользователь: lychaginain
Дата подписания: 17.01.2022

И. Н. Лычагина

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.12 Политология, 1.О.11 Основы социального государства, 1.О.23 Менеджмент, 1.О.05 Экономика	1.О.29 Экономика организации рекламы и связей с общественностью, 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.23 Менеджмент	Знает: Особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; уровни анализа психических явлений., совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Умеет: Определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач., осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Имеет практический опыт: Навыки определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; принятия решений на уровне собственной профессиональной деятельности; навыки планирования собственной профессиональной деятельности., выполнения менеджерских функции в рамках должностных обязанностей
1.О.12 Политология	Знает: О способах организации публичной политики в разных типах политических систем, основные направления и этапы развития мировой политической мысли, особенности российской, европейской и восточной политической мысли Умеет: Определять

	специфику политико-правовой среды функционирования медиакоммуникационных систем, ориентироваться в мировом политическом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе Имеет практический опыт: Владения навыками первичного анализа политико-правовой среды в сфере профессиональной деятельности, определения степени актуальности современных политических концепций и действий для целей профессиональной деятельности; применения приемов ведения дискуссии по общественно-значимым проблемам
1.О.11 Основы социального государства	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., "- Способы осуществления социального взаимодействия в команде; - виды ролей в команде. 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., "- Определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; - при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывать особенности поведения и интересы других участников; - анализировать возможные последствия личных действия в социальном взаимодействии и командной работе и строить продуктивное взаимодействие с учетом этого; - осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом членами команды; соблюдать нормы и установленные правила командной работы; нести личную ответственность за результат. Имеет практический опыт: "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности., "- Осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде.
1.О.05 Экономика	Знает: закономерности функционирования современной экономии на макро- и микроуровне; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов, Основные экономические понятия: экономические ресурсы, экономические агенты, товары, услуги, спрос, предложение, рыночный обмен, цена, деньги, доходы, издержки, прибыль,

	собственность, конкуренция, монополия, фирма, институты, трансакционные издержки, сбережения, инвестиции, кредит, процент, риск, страхование, государство, инфляция, безработица, валовой внутренний продукт, экономический рост и др. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. Умеет: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микро- и макроуровне; строить теоретические модели и анализировать и интерпретировать полученные результаты; прогнозировать на основе стандартных теоретических моделей поведение экономических субъектов, развитие экономических процессов и явлений на микро- и макроуровне, Воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений Имеет практический опыт: использования полученных знаний в профессиональной деятельности; применения методов теоретического и экспериментального исследования в экономике; анализа и интерпретации полученных результатов, Решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла
1.О.10 Правоведение	Знает: 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. , "- 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. Умеет: 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., "- Находить нормативную информацию в рамках своей деятельности; - обосновывать и принимать в пределах должностных обязанностей решения, а также совершать действия, связанные с реализацией правовых норм. Имеет практический опыт: 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., "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 56,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		5
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	48	48
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	32	32
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	51,5	51,5
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Подготовка к практическим занятиям. Подготовка докладов. Подготовка к тестированию.	40	40
Подготовка к экзамену	11,5	11.5
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	12	4	8	0

	связей с общественностью				
2	Общие и специальные требования, предъявляемые к отдельным видам рекламы	15	5	10	0
3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью	6	2	4	0
4	Гражданско-правовые институты в сфере рекламы и связей с общественностью	9	3	6	0
5	Правовое регулирование деятельности средств массовой информации	6	2	4	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	2
2	1	Отграничение рекламы от иных видов информации. Субъекты рекламных правоотношений: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы, спонсор.	2
3	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе. Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров.	2
4	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование социальной рекламы.	2
5	2	Правовое регулирование политической рекламы.	1
5-6	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы и связей с общественностью. Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	2
6-7	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связях 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.	3
8	5	Понятие и виды средств массовой информации. Источники правового регулирования деятельности средств массовой информации. Требования, предъявляемые к освещению информации в СМИ.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Понятие и цели правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Источники правового регулирования рекламы и связей с общественностью	2
2	1	Понятие и признаки рекламы. Понятие и признаки рекламной деятельности.	2
3	1	Отграничение рекламы от иных видов информации.	2
4	1	Субъекты рекламных правоотношений: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламораспространитель, потребители рекламы, спонсор.	2

5	2	Общие требования, предъявляемые к рекламе.	2
6	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров.	2
7	2	Специальные требования, предъявляемые к рекламе отдельных способов размещения и распространения рекламы.	2
8	2	Правовое регулирование наружной рекламы.	2
9	2	Правовое регулирование политической рекламы.	2
10	3	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы.	2
11	3	Ответственность за нарушение законодательства в сфере рекламы.	2
12	4	Защита и охрана интеллектуальных прав в рекламе и связях с общественностью.	2
13	4	Защита чести, достоинства и деловой репутации в сфере рекламы и связей с общественностью.	2
14	4	Понятие и классификация договоров в сфере рекламы и связей с общественностью. Отдельные договоры в сфере рекламы и связях с общественностью.	2
15	5	Понятие и виды средств массовой информации. Источники правового регулирования деятельности средств массовой информации.	2
16	5	Требования, предъявляемые к освещению информации в СМИ.	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.		5	40
Подготовка к экзамену	-	5	11,5

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)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	5	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	экзамен

						При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая 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.	
2	5	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 балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179) Максимально возможная величина бонусрейтинга +15 %.	экзамен
3	5	Текущий контроль	Доклад	0,4	3	Проводится во время практических и 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.	экзамен
4	5	Текущий контроль	Решение задач	0,3	3	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). Время на выполнение 20 минут, после чего заслушивается решение, происходит разбор ошибок, неточностей или неполноты данного решения. Правильное	экзамен

						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 за решение задач каждой темы) – 0,3.	
5	5	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 баллов. Весовой коэффициент мероприятия – 0,5	экзамен
6	5	Проме-жуточная аттестация	экзамен	-	1	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 %	экзамен

						Удовлетворительно: величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60…74 % Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0…59 %	

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. Оценочные материалы

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.	+	+	+	+	+	+

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	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 "ГарантУралСервис"-Гарант(бессрочно)
2. -Консультант Плюс(31.07.2017)

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