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: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 25.05.2023

Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.24 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

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.филол.н., доц.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Шестеркина Л. П.
Пользователь: shesterkinalp
Дата подписания: 24.05.2023

Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доц., доцент

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП
Кому выдан: Перевозова О. В.
Пользователь: perevozovaov
Дата подписания: 23.05.2023

О. В. Перевозова

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель курса — научить студентов осуществлению профессиональной деятельности с учетом государственного и общественного регулирования рекламно-информационного рынка, а также обозначить для них важность соблюдения профессиональной этики в различных сферах массовой коммуникации. Задачи курса: 1. Научить применять знания, полученные в рамках изучения правового регулирования рекламно-информационной деятельности, при осуществлении профессиональной деятельности в сфере политики, бизнеса и т.д. 2. Изучить систему общественного регулирования рекламно-информационной деятельности. 3. Изучить систему государственного регулирования рекламно-информационной деятельности. 4. Рассмотреть особенности профессиональной этики, профессионального стандарта и т.д. в сфере массовой коммуникации. 5. Сформировать у студентов способность ведения своей рекламно-информационной деятельности с соблюдением правовых и общественных норм, важных для сферы рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина "Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности" имеет практическую направленность, компилируя знания, полученные студентами в рамках изучения дисциплин, относящихся к правовому регулированию, политического консалтинга, организации работы рекламных и PR-агентств и пр. Особое внимание в рамках изучения данного курса уделяется функционированию российских и международных общественных организаций, нормативной документации, регламентирующей рекламно-информационную деятельность и др. Это позволяет подготовить бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью" в соответствии с запросами современного рынка труда в сфере массовой коммуникации и сформировать конкурентоспособного, компетентного сотрудника, умеющего координировать свою и чужую деятельность в данной области.

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: Основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности Умеет: Определять направления развития рекламно-информационной деятельности Имеет практический опыт: Выбирать оптимальные способы регулирования рекламно-информационной деятельности
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Знает: Тенденции развития общественных и государственных институтов Умеет: Воспроизводить медиатексты с учетом текущих требований законодательства Имеет практический опыт: Работы с рекламно-информационной продукцией

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: Основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности Умеет: Учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем Имеет практический опыт: Научно-исследовательской работы с источниками, раскрывающими основные тенденции развития рекламы

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.О.27 История рекламы и PR, 1.О.20 Теория и практика массовой информации, 1.Ф.20 Основы социального государства, 1.О.23 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью, 1.О.11 Правоведение, 1.О.12 Политология, 1.О.21 Менеджмент, 1.О.06 Экономика	1.О.25 Экономика организации рекламы и связей с общественностью

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

Дисциплина	Требования
1.О.20 Теория и практика массовой информации	Знает: Основные запросы и потребности общества в сфере рекламы и связей с общественностью, Важнейшие достижения в сфере развития общественных и государственных институтов Умеет: Предвидеть, выявлять и прогнозировать потребности целевых аудиторий, Создавать медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов Имеет практический опыт: Выявления ключевых запросов общества, определения потребностей реальных и потенциальных целевых групп, Создания медиатекстов и коммуникационных продуктов
1.О.27 История рекламы и PR	Знает: Примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры, Примеры лучших образцов достижений отечественной и мировой культуры Умеет: Применять многообразие достижений отечественной мировой культуры в процессе создания медиатекстов и медиапродуктов , Применять многообразие достижений отечественной мировой культуры в процессе создания

	медиатекстов и медиапродуктов Имеет практический опыт: Создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры, Создания медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов с учетом достижений мировой культуры
1.О.21 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.11 Правоведение	Знает: 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., 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 Умеет: 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., осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы Имеет практический опыт: 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., участия в разработке и продвижении проектов разных типов, решения задач в области избранных видов профессиональной деятельности и применения нормативной базы
1.О.23 Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью	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, 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: 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, 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: 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., "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.
1.О.12 Политология	Знает: основные направления и этапы развития мировой политической мысли, особенности российской, европейской и восточной политической мысли , О способах организации публичной политики в разных типах

	политических систем Умеет: ориентироваться в мировом политическом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе, Определять специфику политико-правовой среды функционирования медиакоммуникационных систем Имеет практический опыт: определения степени актуальности современных политических концепций и действий для целей профессиональной деятельности; применения приемов ведения дискуссии по общественно-значимым проблемам, Владения навыками первичного анализа политико-правовой среды в сфере профессиональной деятельности
1.Ф.20 Основы социального государства	Знает: "- Способы осуществления социального взаимодействия в команде; - виды ролей в команде., "- 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: "- 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., "- 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: "- Осуществления социального взаимодействия и реализации своей роли в команде., "- Поиска, толкования и применения действующего законодательства в практической деятельности.
1.О.06 Экономика	Знает: 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., закономерности функционирования современной экономии на макро- и микроуровне; основы построения, расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов Умеет: Воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных экономических решений, 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 Имеет практический опыт: Решения типичных задач в сфере личного экономического и финансового планирования, возникающие на всех этапах жизненного цикла, использования полученных знаний в профессиональной деятельности; применения методов теоретического и экспериментального исследования в экономике; анализа и интерпретации полученных результатов

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 26,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
Аудиторные занятия:	16	16
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	8	8
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	117,5	117,5
Подготовка рефератов	20	20
Подготовка к экзамену	36	36
Подготовка электронных презентаций	34	34
Составление конспектов	27,5	27.5
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5
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	Общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	8	4	4	0
2	Государственное регулирование рекламно-информационной деятельности	8	4	4	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Вводная лекция. Основные понятия дисциплины. Связь с другими курсами в системе подготовки бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью".	2
2	1	Обзор деятельности российских общественных организаций в сфере массовой коммуникации.	2
3	2	Обзор деятельности международных общественных организаций в сфере массовой коммуникации.	2
4	2	Профессиональные стандарты специалиста по рекламе, связям с общественностью и журналиста.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Профессиональная этика: особенности ее функционирования, регламентирующие документы, последствия ее несоблюдения.	2
2	1	Законы о СМИ, о рекламе, документы, регламентирующие деятельность по связям с общественностью.	2
3	2	Решение кейсов по праву интеллектуальной собственности.	2
4	2	Нарушение закона о рекламе, О СМИ и т.д. при осуществлении рекламно-информационной деятельности в сфере политики.	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 рефератов	Правовые и этические нормы в журналистике / Составитель Е.П. Прохоров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2012. - С. 175-204, С. 205-	8	20

	228; Пескова, Е.Н. Этапы создания корпоративного сайта вуза: теоретические вопросы и практические рекомендации: монография / Е.Н. Пескова // Интегрированные коммуникации в новых медиа. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. - С. 114-117.		
Подготовка к экзамену	Правовые и этические нормы в журналистике / Составитель Е.П. Прохоров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2012. - С. 175-204, С. 205-228; Пескова, Е.Н. Этапы создания корпоративного сайта вуза: теоретические вопросы и практические рекомендации: монография / Е.Н. Пескова // Интегрированные коммуникации в новых медиа. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. - С. 114-117.	8	36
Подготовка электронных презентаций	Правовые и этические нормы в журналистике / Составитель Е.П. Прохоров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2012. - С. 175-204, С. 205-228; Пескова, Е.Н. Этапы создания корпоративного сайта вуза: теоретические вопросы и практические рекомендации: монография / Е.Н. Пескова // Интегрированные коммуникации в новых медиа. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. - С. 114-117.	8	34
Составление конспектов	Правовые и этические нормы в журналистике / Составитель Е.П. Прохоров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2012. - С. 175-204, С. 205-228; Пескова, Е.Н. Этапы создания корпоративного сайта вуза: теоретические вопросы и практические рекомендации: монография / Е.Н. Пескова // Интегрированные коммуникации в новых медиа. - Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. - С. 114-117.	8	27,5

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	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, работа с учебным пособием	1	5	Выполнение задания предполагает выборку и анализ принципов правового регулирования рекламной деятельности в России. Максимальный балл 5. 5 баллов - все принципы найдены и систематизированы верно, обоснованы приоритеты принципов. 4 балла- принципы в целом выбраны верно, объяснены приоритеты. 3 балла - принципы выписаны неполностью, не объяснены с точки зрения приоритетности 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
2	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Выполнение задания предполагает выборку и анализ основных статей закона "О рекламе" по предложенному алгоритму вопросов. Максимальный балл 5. 5 баллов - все статьи проанализированы в полном объеме, подкреплены примерами. 4 балла- основные статьи проанализированы, имеются частично примеры. 3 балла - статьи проанализированы поверхностно без примеров 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
3	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Выполнение задания предполагает выборку и анализ основных статей закона "О рекламе" по предложенному алгоритму вопросов. Максимальный балл 5. 5 баллов - все статьи проанализированы в полном объеме, подкреплены примерами. 4 балла- основные статьи проанализированы, имеются частично примеры. 3 балла - статьи проанализированы поверхностно без примеров 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
4	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Необходимо провести анализ вывесок как элемента рекламы с точки зрения законодательных особенностей. Максимальный балл 5. 5 баллов - выбраны правильные	экзамен

						примеры и проанализированы с позиции ключевых законов. 4 балла- объекты для анализа выбраны неточно, но объяснены с точки зрения законодательства. 3 балла - объекты для анализа выбраны с ошибками и имеют неточное комментирование. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	
5	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Предлагается рассмотреть «Главу III. РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИ» в законе. Выписать наиболее важные на Ваш взгляд пункты и статьи, которые необходимо знать специалисту по рекламе, маркетингу, СМИ. Максимальный балл 5. 5 баллов - все пункты в законе выбраны верно, обоснованы, подкреплены примерами. 4 балла - основные пункты выбраны верно, неточности в примерах. 3 балла- выбор пунктов не обоснован, примеры условные. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
6	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Предлагается рассмотреть «Главу III. РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИ» в законе. Выписать наиболее важные на Ваш взгляд пункты и статьи, которые необходимо знать специалисту по рекламе, маркетингу, СМИ. Максимальный балл 5. 5 баллов - все пункты в законе выбраны верно, обоснованы, подкреплены примерами. 4 балла - основные пункты выбраны верно, неточности в примерах. 3 балла- выбор пунктов не обоснован, примеры условные. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
7	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Предлагается провести анализ сайта ФАС с точки зрения содержательной и информационной направленности. Максимальный балл 5. 5 баллов - сайт проанализирован подробно, все вкладки и разделы	экзамен

						изучены и оценены. 4 балла - изучены основные вкладки, анализ поверхностный. 3 балла - изучены отдельные элементы сайта, нет последовательности в анализе. 0 баллов - задание не выполнено.	
8	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Выполнение задания направлено на анализ правового опыта работы с рекламой. Максимальный балл 5. 5 баллов - опыт проанализирован полно, отмечены все коллизии, представлены полные комментарии. 4 балла - опыт проанализирован в целом верно, отмечены основные комментарии. 3 балла - опыт проанализирован поверхностно, нет разъяснений к комментариям. 0 баллов- задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
9	8	Текущий контроль	Творческая работа по написанию реферата для доклада	1	5	Подготовить реферативные исследования для доклада. Максимальный балл 5. 5 баллов - тема реферативного исследования полностью раскрыта, приведены интересные примеры. 4 балла - тема частично раскрыта, есть примеры. 3 балла - тема раскрыта условно, нет примеров из практики. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
10	8	Текущий контроль	Творческая работа по подготовке презентаций к реферативному исследованию	1	5	Подготовка слайдов к презентации по реферативному исследованию. Максимальный балл 5. 5 баллов - презентация полностью раскрывает суть исследования, эстетически и креативно оформлена. 4 балла - презентация частично отражает содержание исследования, оформлена формально. 3 балла - презентация поверхностно отражает тему исследования, оформлена неаккуратно с нарушениями правил оформления.	экзамен
11	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы по	1	5	Выполнение задания предполагает поиск ответов на поставленные вопросы по учебному пособию, заполнение таблицы. Максимальный балл 5.	экзамен

			учебному пособию			5 баллов - термины найдены верно, определения описаны полностью. 4 балла - термины найдены верно, имеют неточное описание по содержательным признакам. 3 балла - термины выписаны частично, есть неточно в определении. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	
12	8	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	5	Анализ практического материала по рекламе финансовых услуг. Максимальный балл 5. 5 баллов - материал проанализирован верно, выписаны основные правонарушения в рекламе финансовых услуг. 4 балла - материал проанализирован верно, частично выписаны выявленные правонарушения. 3 балла - материал проанализирован неточно, с ошибками, основные правонарушения не выписаны. 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание было зачтено, оно должно быть выполнено не менее, чем на 60% (не менее 3 баллов)	экзамен
13	8	Проме-жуточная аттестация	Подготовка вопросов к экзамену	-	40	Процедура проведения экзамена по дисциплине разработана на основе Регламента «Проведения промежуточной аттестации с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» (приказ ректора ЮУрГУ № 80 от 21.04.2020). Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе результатов текущей аттестации с учетом всех контрольных мероприятий. В случае, если студент не согласен с итоговой оценкой по результатам текущей аттестации или решит улучить показатели текущей успеваемости, ему предоставляется возможность выполнить задание промежуточной аттестации – пройти процедуру экзамена в виде устного ответа на вопросы билета. На подготовку к ответу дается 40 минут. Критерии оценивания: Отлично (31-40 баллов): Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета, без ошибок Хорошо(21-30 баллов): Полный ответ с незначительными недочетами Удовлетворительно (11-20	экзамен

						баллов): Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета Неудовлетворительно(1-10 баллов): неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки. Преподаватель оценивает ответ студента и называет оценку за ответ (итоговая оценка за экзамен по результатам всех контрольных мероприятий дисциплины).	

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	Процедура проведения экзамена по дисциплине разработана на основе Регламента «Проведения промежуточной аттестации с использованием электронного обучения, дистанционных образовательных технологий» (приказ ректора ЮУрГУ № 80 от 21.04.2020). Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе результатов текущей аттестации с учетом всех контрольных мероприятий. В случае, если студент не согласен с итоговой оценкой по результатам текущей аттестации или решит улучить показатели текущей успеваемости, ему предоставляется возможность выполнить задание промежуточной аттестации – пройти процедуру экзамена в виде устного ответа на вопросы билета. На подготовку к ответу дается 40 минут. Критерии оценивания: Отлично (31-40 баллов): Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета, без ошибок Хорошо(21-30 баллов): Полный ответ с незначительными недочетами Удовлетворительно (11-20 баллов): Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета Неудовлетворительно(1-10 баллов): неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки. Преподаватель оценивает ответ студента и называет оценку за ответ (итоговая оценка за экзамен по результатам всех контрольных мероприятий дисциплины).	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	7	8	9	10	11	12	13
УК-2	Знает: Основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности	+		+	+			+	+	+		+		+
УК-2	Умеет: Определять направления развития рекламно-информационной деятельности	+		+	+			+	+	+		+		+
УК-2	Имеет практический опыт: Выбирать оптимальные способы регулирования рекламно-информационной деятельности	+		+	+			+	+	+		+		+
ОПК-2	Знает: Тенденции развития общественных и государственных институтов		+	+		+	+		+		+	+	+	+
ОПК-2	Умеет: Воспроизводить медиатексты с учетом текущих		+	+		+	+		+		+	+	+	+

	требований законодательства												
ОПК-2	Имеет практический опыт: Работы с рекламно-информационной продукцией		+	+		+	+		+		+	+	+	+
ОПК-5	Знает: Основы государственного и общественного регулирования рекламно-информационной деятельности		+			+	+		+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Умеет: Учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем		+			+	+		+	+	+	+	+	+
ОПК-5	Имеет практический опыт: Научно-исследовательской работы с источниками, раскрывающими основные тенденции развития рекламы		+			+	+		+	+	+	+	+	+

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:

1. Румынина, В. В. Основы права [Текст] учебник для сред. проф. образования В. В. Румынина. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Форум, 2011. - 255 с. ил., табл.

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

1. Реферативный журнал. Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 4, Государство и право [Текст] Рос. акад. наук, Ин-т науч. информации по обществ. наукам (ИНИОН) реферативный журнал. - М., 1997-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Правовое регулирование рекламных коммуникаций

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Правовое регулирование рекламных коммуникаций

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Дорский А.Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью: Учебное пособие Санкт-Петербургский государственный университет. 2019. 216 с. https://e.lanbook.com/

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "ГарантУралСервис"-Гарант(31.12.2022)

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)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Лекции	446 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.