

Аннотация рабочей программы дисциплины «Этико-правовое регулирование рекламной и ПР-деятельности» для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) образовательной программы - Реклама и связи с общественностью в государственных и коммерческих структурах

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

получение системного представления о правовых и этических аспектах в сфере рекламной и ПР-деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- изучить основные законодательные и нормативные акты в сфере массовой коммуникации;
- рассмотреть правовые и этические нормы и принципы, регулирующие функционирование рекламы и ПР-коммуникации;
- особенности юридической и профессионально-этической ответственности в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью
- закрепить навыки работы с нормативно-правовыми документами.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины и индикаторы их достижения

2.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1УК-1 Осуществляет анализ критических ситуаций и определяет направленность деятельности в научной, информационно-правовой и профессиональной сфере

2.2. Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	ИД-1ОПК-5 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов

	правовых и этических норм регулирования	использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
--	---	--

3. Содержание дисциплины

Российское рекламное законодательство. ФЗ «О Рекламе». Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы. Правовое обеспечение связей с общественностью. Правовое регулирование политической рекламы и предвыборной агитации. Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и связей с общественностью и ее охрана. Этическое обеспечение деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.