

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Правовое регулирование в рекламе и связях с общественностью»
для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: формирование компетенций, необходимых специалисту по рекламе и связям с общественностью, основанных на соблюдении правовых норм в процессе профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- знакомство с основами конституционного, административного и гражданского права, регулирующими отношения в сфере рекламы и составляющими его нормативную базу;
- знакомство с правами и обязанностями субъектов рекламной деятельности;
- изучение специальных требований к отдельным видам рекламы и особенностей правового регулирования отдельных видов ее распространения;
- изучение специальных требований к рекламе отдельных товаров и услуг;
- знакомство с государственным регулированием и контролем в сфере рекламы;
- изучение основных форм ответственности в сфере рекламы;
- формирование умений применить знание законодательства в конкретной профессиональной ситуации;
- формирование юридической грамотности и гражданской ответственности в осуществлении будущей профессиональной деятельности.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Медиакоммуникационная система	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	ИД-1ОПК-5 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИД-2ОПК-5 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ИД-1ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ИД-2ОПК-7 Осуществляет отбор информации, профессиональных

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

3. Содержание дисциплины

Тема 1	Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений.
Тема 2	Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы.
Тема 3	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространение.
Тема 4	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.
Тема 5	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы.
Тема 6	Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана