

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

 Лейфа А.В. Лейфа

« 1 » сентября 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

«ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) образовательной программы – Реклама и связи с
общественностью

Квалификация выпускника – Бакалавр

Год набора – 2023

Форма обучения – Очная

Курс 4 Семестр 7

Зачет 7 сем

Общая трудоемкость дисциплины 108.0 (академ. час), 3.00 (з.е)

Составитель А.В. Блохинская, доцент, канд. филол. наук

Филологический факультет

Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.17 № 512

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры русского языка, коммуникации и журналистики

01.09.2023 г. , протокол № 1

Заведующий кафедрой Иващенко Е.Г. Иващенко

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Иващенко Е.Г. Иващенко

« 1 » сентября 2023 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

« 1 » сентября 2023 г.

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. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Данная дисциплина относится к дисциплинам обязательной части. Изучение данной дисциплины связано с дисциплинами «Основы экономических знаний», «Маркетинг в профессиональной деятельности», «Менеджмент в профессиональной деятельности», «Теория и практика медиакоммуникации», «Профессиональная этика», «Психология массовой коммуникации», с учебной практикой (профессионально-ознакомительной практикой).

Сформированность компетенций проверяется в рамках подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1. Универсальные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Разработка и реализация проектов	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	ИД-3УК-2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм. ИД-4УК-2 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач

3.2. Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникацион	ОПК-5 Способен	ИД-1ОПК-5 Знает совокупность

на я система	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	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 средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

4. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3.00 зачетных единицы, 108.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) дисциплины, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений.	7	4										8	Опрос
2	Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы.	7	4		4								14	Задания
3	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения.	7	2		4								14	Задания
4	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.	7	2		4								12	Задания
5	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы.	7	2										12	Задания
6	Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана	7	4		4								13.8	Задания Тест
7	Зачет	7								0.2				
	Итого			18.0		16.0		0.0		0.0	0.2	0.0	73.8	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Реклама и рекламная	Понятие, признаки и виды рекламы.

	деятельность. Реклама как объект правоотношений.	Разграничение рекламы и смежных категорий. Общие требования, предъявляемые к рекламе. История развития рекламного права в России. Субъекты рекламных отношений. Договоры в рекламной деятельности.
2	Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы.	Виды рекламы по российскому законодательству. Понятие ненадлежащей рекламы. Недобросовестная и недостоверная реклама. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорской рекламы. Правовое регулирование политической рекламы.
3	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространение.	Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама в средствах массовой информации. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Правое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием.
4	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.	Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.
5	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы.	Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование в сфере рекламы. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.
6	Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана	Объекты интеллектуальной собственности в рекламной деятельности. Правовая охрана объектов авторского права. Правовая охрана средств индивидуализации в рекламе.

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые особенности отдельных видов рекламы.	Виды рекламы по российскому законодательству, общие требования к ним. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование спонсорской рекламы. Правовое регулирование политической рекламы. Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью в период избирательной кампании
Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения.	Реклама товаров при дистанционном способе их продажи. Реклама в средствах массовой информации. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях. Проблемы правового регулирования рекламы в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Правовое регулирование наружной рекламы. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах и с их использованием
Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.	Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания. Реклама продукции военного назначения и оружия. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.
	Объекты интеллектуальной собственности в рекламной деятельности. Правовая охрана объектов авторского права. Правовая охрана средств индивидуализации в рекламе.

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Реклама и рекламная деятельность. Реклама как объект правоотношений.	Подготовка к опросу. Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы.	8
2	Виды рекламы, определяемые законодательством. Правовые	Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий.	14

	особенности отдельных видов рекламы.		
3	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространение.	Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий.	14
4	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг.	Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий.	12
5	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламы. Ответственность за правонарушения в сфере рекламы.	Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий.	12
6	Интеллектуальная собственность в сфере рекламы и ее охрана	Чтение и конспектирование основной и дополнительной литературы. Выполнение заданий. Подготовка к тесту	13.8

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В рамках технологического подхода будут использованы следующие технологии:

- лекционно- семинарское обучение: информационная лекция, проблемная лекция; лекция-беседа, развернутая беседа, система семинарских докладов;
- обучение с помощью аудиовизуальных средств (мультимедиа);
- «рецензирование» выступлений студентами;
- информационные технологии (электронные учебные издания).

При освоении дисциплины на занятиях используется как односторонняя форма коммуникации - пассивный метод, так и многосторонний - активный метод в форме беседы, дискуссии, диалога.

Групповой и индивидуальный методы работы со студентами. Групповой метод обеспечивает участие в работе каждого студента и предполагает вариативность участия в работе студентов с различной степенью речевой активности и инициативности. Индивидуальный метод заключается в раскрытии личностных возможностей обучающихся: их качеств, уровня языковой подготовки, умения самостоятельно включаться в процесс общения, управлять ситуацией общения.

В ходе обучения по данной дисциплине применяются активные и интерактивные формы занятий с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся. При проведении практических занятий в интерактивной форме обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, в принятии решений, лидерских качеств.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины: зачет.

Вопросы к зачету

1. Нормативные правовые акты, регулирующие рекламно-информационную деятельность в РФ, их система.

2. Понятие рекламы. Общие и специальные требования к рекламе.
3. Правовое регулирование социальной рекламы, рекламы для несовершеннолетних. Правовое регулирование спонсорской рекламы.
4. Правовое регулирование рекламы в радиопрограммах и радиопередачах, в телепрограммах и телепередачах, в периодических печатных изданиях, в кино и видеообслуживании.
5. Правовое регулирование рекламы, распространяемой по сетям электросвязи, в сети Интернет.
6. Реклама на транспортных средствах.
7. Наружная реклама. Особенности иных способов распространения рекламы.
8. Основные субъекты рекламной деятельности. Порядок взаимодействия.
9. Правовое регулирование политической рекламы. Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью в период избирательной кампании.
10. Договоры в сфере рекламы. Их содержание, порядок заключения, изменения и расторжения.
11. Система органов государственного управления, осуществляющих надзорноконтрольную деятельность в сфере рекламы и рекламной деятельности.
12. Понятие и значение саморегулирования в сфере рекламы.
13. Авторские права в сфере рекламы.
14. Способы соблюдения и защиты авторских прав при производстве, размещении и распространении рекламы, а также защита прав на иные результаты интеллектуальной деятельности.
15. Правовая охрана товарных знаков и знаков обслуживания, фирменных наименований, наименований мест происхождения товаров, коммерческих обозначений. Защита прав на средства индивидуализации.
16. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламно-информационной деятельности.
19. Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг. Основные требования к рекламе алкогольной продукции, пива и табачных изделий. Реклама лекарственных средств и биодобавок, детского питания..
20. Реклама продукции военного назначения и оружия.
21. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.
22. Правовое регулирование рекламы финансовых услуг и ценных бумаг.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) литература

1. Информационное право : учебник для вузов / М. А. Федотов [и др.] ; под редакцией М. А. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 497 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10593-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// urait.ru/ bcode/511922](https://urait.ru/bcode/511922) (дата обращения: 03.02.2023).
2. Информационное право. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. Н. Ковалева, Н. А. Жирнова, Ю. М. Тугушева, Е. В. Холодная ; под редакцией Н. Н. Ковалевой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12442-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518914> (дата обращения: 03.02.2023).
3. Щербак, Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : учебное пособие для вузов / Н. В. Щербак. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15768-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: [https:// urait.ru/ bcode/509652](https://urait.ru/bcode/509652) (дата обращения: 03.02.2023).
4. Позднякова, Е. А. Авторское право : учебник и практикум для вузов /

Е. А. Позднякова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16007-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/526513> (дата обращения: 03.02.2023).

5. Самсонова, Л. В. Правовое регулирование рекламной деятельности : методический сборник / Л. В. Самсонова. — Москва : Российский новый университет, 2011. — 40 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/21298.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

6. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» / Д. С. Бадалов, И. И. Василенкова, Н. Н. Карташов [и др.]. — Москва : Статут, 2012. — 463 с. — ISBN 978-5-8354-0808-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/28975.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7. Кайль, А. Н. Комментарий к Федеральному закону от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (2-е издание переработанное и дополненное) / А. Н. Кайль, Н. М. Нарушева. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 224 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/2606.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

8. Никулина, В. С. Правовая защита товарного знака и борьба с недобросовестной конкуренцией / В. С. Никулина. — Москва : Статут, 2015. — 208 с. — ISBN 978-5-8354-1104-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/29347.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

9. Кондратьева, Е. А. Объекты интеллектуальных прав : особенности правовой охраны / Е. А. Кондратьева. — Москва : Статут, 2014. — 160 с. — ISBN 978-5-8354-0976-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/28954.html> (дата обращения: 13.03.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

10. Правовое обеспечение рекламно-информационной деятельности [Электронный ресурс] : сб. учеб.-метод. материалов для направления подготовки 42.03.1 "Реклама и связи с общественностью" / АмГУ, ЮФ ; сост.: Е. Г. Черкашина, С. В. Дынник. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 60 с. - Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/9339.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	LibreOffice	Бесплатное распространение по лицензии GNU LGPL https://ru.libreoffice.org/about-us/license/
2	Программный комплекс «КонсультантПлюс»	Лицензия коммерческая по договору №21 от 29 января 2015 года.
3	Электронно-библиотечная система IPRbooks: http://www.iprbookshop.ru/	Научно-образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования.
4	Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ: https://urait.ru/	Виртуальный читальный зал литературы по многим отраслям знаний. Фонд электронной библиотеки составляет более 5000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это

		учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
--	--	--

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	AdvertMe	Рекламный портал.
2	https://fas.gov.ru/	Федеральная антимонопольная служба
3	https://amur.fas.gov.ru/	Управление Федеральной антимонопольной службы по Амурской области

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической работы обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Занятия проводятся в учебных аудиториях для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

На занятиях используется демонстрационное оборудование: проектор, компьютер – и учебно-наглядные пособия (презентации лекций, тестовые задания).

В университете имеются помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Студенты имеют доступ к электронно-библиотечной системе университета, в том числе и удаленный.

Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная обеспечивает: доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах; Университет обеспечен лицензионным программным обеспечением.