



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

*КАФЕДРА СОЦИАЛЬНЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
СОЦИАЛЬНОГО ФАКУЛЬТЕТА*

**Образовательная программа
42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) программы:
Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Уровень высшего образования:
Бакалавриат

Форма обучения:
Заочная

Статус дисциплины:
входит в обязательную часть ОПОП

МАХАЧКАЛА, 2021

Рабочая программа дисциплины «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО-бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью от 8 июня 2017 года №512.

Разработчик:

И.Мусаева С.Д., к.п.н., доцент кафедры социальных и информационных технологий И.Мусаева

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры социальных и информационных технологий от «01» 07 2021 г., протокол № 7

Зав. кафедрой И.А. доц. Айгубов С.З.
(подпись)

на заседании Методической комиссии социального факультета от «02» 07 2021 г., протокол № 11

Председатель УМС И.А. доц. Абдусаламова Р.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «9» 07 2021 г.

Начальник УМУ А.Г. Гасангаджиева А.Г.
(подпись)

Оглавление

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	2
1. Цели и задачи дисциплины.....	3
Задачи дисциплины:	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	3
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....	4
4. Структура и содержание дисциплины	13
4.1. Структура дисциплин	13
Структура дисциплины для заочной формы обучения	13
4.2. Учебно-тематический план дисциплины	13
4.3. Содержание дисциплины	15
5. Образовательные технологии	21
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	26
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	40
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)	55
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	57
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.	58
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.	59
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.	60

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» входит в обязательную часть ОПОП по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**. Дисциплина реализуется на Социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со подготовкой специалистов в области рекламной и PR деятельности в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; дать будущим специалистам систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке; раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – 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», общепрофессиональных – ОПК-4 «Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности», ОПК-5 «Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования», ОПК-7 «Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности»; ПК-1 «Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности».

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины **4** зачетных единицы, в том числе в академических часах по виду учебных занятий.

Объем дисциплины в заочной форме

Семестр	Учебные занятия					СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:						
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем			всего		
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия			
II	144	16	6	-	10	128	экзамен

1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа учебной дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» составлена в соответствии с учебным планом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования утвержденными стандартами и положениями Университета.

Целью дисциплины является обеспечение необходимого уровня компетентности будущих специалистов в области рекламной и PR деятельности в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; дать будущим специалистам систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке; раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

Задачи дисциплины:

- дать четкое представление о рекламе, специфике рекламной деятельности в современной России;
- предоставить систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке;
- способствовать освоению содержания и смысла правового регулирования в сфере рекламы;
- раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации;
- показать возможности использования рекламы и рекламных технологий для профессиональных нужд.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Ее изучение логически и содержательно-методически взаимосвязано с другими частями ОПОП.

При изучении следующих дисциплин используются результаты изучения данной дисциплины:

1. Социология,
2. История рекламы,
3. PR-технологии,
4. Социальная реклама.

Так, дисциплина « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» является базовой для изучения ряда других дисциплин:

1. Социальные технологии рекламы
2. Технология социальной рекламы,

3. Теория и практика рекламы,
4. Информационные технологии и базы данных в прикладной коммуникации.

Изучение дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» способствует проведению самостоятельных исследований, формированию навыков планирования научных исследований.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Освоение дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» позволит обучающемуся осуществлять трудовые действия в соответствии с профессиональным стандартом 06.013. Специалист по информационным ресурсам, утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 сентября 2014г. №629н:

- Формирование запросов для получения недостающей информации.
- Регулярное обновление (актуализация) информации в базах данных.
- Мониторинг новостных лент, форумов, социальных сетей, рассылок.
- Написание статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг).
- Поиск и мониторинг тематических сайтов для выявления новой, значимой и интересной информации.
- Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний.
- Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации.
- Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации.
- Фиксирование результатов выполнения заданий, проектной информации.
- Обработка результатов аналитической деятельности.
- Сбор дополнительных материалов.
- Подготовка итоговой отчетности.

Процесс изучения дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» направлен на формирование следующих компетенций:

**Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения
дисциплины**

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ПООП (при наличии))	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
<p>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</p>	<p>УК - 2.1. Проводит проблематизацию проекта определяет и обосновывает цели проекта</p>	<p><i>Знает: проблемы проектирования, определяет и обосновывает цели проекта. Умеет: определять и обосновывать цели проекта. Владеет: методами обоснования цели проекта.</i></p>	
	<p>УК – 2.2. Организует сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта</p>	<p><i>Знает: формы сбора и анализа информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта. Умеет: организовывать сбор и анализ информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта Владеет: технологией организации сбора и анализа информации и ресурсов, необходимых для реализации проекта</i></p>	
	<p>УК -2.3. Планирует и организует работу проектной команды в рамках реализации проекта</p>	<p><i>Знает: планирование и методы организации работы проектной команды в рамках реализации проекта. Умеет: планировать и организовывать работу проектной команды в рамках реализации проекта. Владеет: методами планирования и организации работы проектной команды в рамках реализации проекта.</i></p>	
	<p>УК-2.4. Выстраивает продуктивное взаимодействие с участниками проекта и партнерами</p>	<p><i>Знает: механизмы выстраивания продуктивного взаимодействия с участниками проекта и партнерами. Умеет: выстраивать продуктивное взаимодействие с участниками проекта и</i></p>	

		<i>партнерами. Владеет: средствами продуктивного взаимодействия с участниками проекта и партнерами.</i>	
	УК - 2.5. Оценивает и анализирует результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей	<i>Знает: формы оценивания и анализа результатов реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей. Умеет: оценивать и анализировать результаты реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей. Владеет: методами оценивания и анализа результатов реализации проекта на основе подобранных критериев и показателей.</i>	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК - 4.1. Осуществляет систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач.	<i>Знает: теоретические основы организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач. Умеет: осуществлять систематическое взаимодействие различными социальными структурами и институтами общества для эффективного решения профессиональных задач и. Владеет: знаниями организации систематического взаимодействия с различными социальными структурами и институтами общества.</i>	
	ОПК - 4.2. Использует ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач.	<i>Знает: ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Умеет: использовать ресурсы различных организаций и ведомств для решения профессиональных задач. Владеет: знаниями ресурсов различных организаций и ведомств</i>	

		для решения профессиональных задач.	
	ОПК - 4.3. Применяет современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.	<p><i>Знает: современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</i></p> <p><i>Умеет: Применять современные технологии и методы организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</i></p> <p><i>Владеет: современными технологиями и методами организации внутриведомственного и межведомственного взаимодействия, в том числе технологии удаленной и цифровой коммуникации.</i></p>	
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	ОПК - 5.1. Применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно- правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.	<p><i>Знает: содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно- правовыми актами с учетом тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</i></p> <p><i>Умеет: применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов</i></p>	

		<p><i>реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических экономических механизмов их функционирования. Владеет: методами применения основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических экономических механизмов их функционирования.</i></p>	
	<p>ОПК - 5.2. Применяет содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом</p>	<p><i>Знает: содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно-правовыми актами с учетом тенденций развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических экономических механизмов их</i></p>	

		<p><i>функционирования. Умеет: применять содержание основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно- правовыми актами с учетом тенденций развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования. Владеет: методами применения основных правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность, разрабатывать программы мониторинга и оценки результатов реализации профессиональной деятельности в соответствии с нормативно- правовыми актами с учетом тенденций развития медиа- коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования.</i></p>	
	<p>ОПК - 5.3. Осуществляет оценку результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований.</p>	<p><i>Знает: методiku оценки результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований. Умеет: осуществлять оценку результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на</i></p>	

		<p><i>современные научные знания и результаты социологических исследований.</i> <i>Владеет: технологиями оценки результативности управленческих решений и нормативных документов, опираясь на современные научные знания и результаты социологических исследований.</i></p>	
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>	<p>ОПК-7.1. Разбирается в корпоративных принципах социальной ответственности, типовых эффектах и последствиях профессиональной деятельности.</p>	<p><i>Знает: закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</i> <i>Умеет: различать принципы социальной ответственности.</i> <i>Владеет: технологиями формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности.</i></p>	
	<p>ОПК-7.2. Осуществляет поисккорректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессиональной деятельности.</p>	<p><i>Знает: приемы сбора, обработке и распространении информации.</i> <i>Умеет: оценивать корректность творческих приемов сбора, обработки распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами правилами профессиональной деятельности.</i> <i>Владеет: навыками использования корректных творческих приемов сбора, обработки распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами правилами профессиональной деятельности.</i></p>	

<p>ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p>ПК - 1.1. Планирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p><i>Знает: основы планирования эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Умеет: планировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Владеет: навыками эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p>	
	<p>ПК - 1.2. Контролирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p><i>Знает: механизмы контроля эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p> <p><i>Умеет: контролировать эффективность управления коммуникационной</i></p>	

		<p><i>инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками контроля управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</i></p>	
	<p>ПК - 1.3. Осуществляет оценку эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности</p>	<p><i>Знает: механизмы оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Умеет: оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками оценки управления коммуникационной инфра- структурой организации (включая</i></p>	

		написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.	
--	--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часов.

4.1. Структура дисциплин

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Трудоемкость по семестрам
		2 семестр
		114 час.
Аудиторные занятия (всего)	16	16
Занятия лекционного типа	6	6
Занятия семинарского типа	10	10
Самостоятельная работа (всего)	119	119
Вид промежуточной аттестации (Экзамен)	9	9, экзамен

4.2. Учебно-тематический план дисциплины

4.2.1. Учебно-тематический план дисциплины для заочной формы обучения:

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия			
Модуль 1. Понятие и история правового регулирования рекламной деятельности.								
1	Тема 1. Введение в курс « Правовое	II	1	1	1		7	Устный опрос, тестирование, доклад по реферату

	регулирование связей с общественностью и рекламы»							
2	Тема 2. Понятие, источники и развитие рекламного права в России	II	2	1	1		7	Круглый стол, тестирование, доклад по реферату
3	Тема 3. История правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах	II	3	1	1		7	Устный опрос, тестирование, доклад по реферату
4	Тема 4. Понятие рекламной информации по действующему Российскому законодательству	II	4	1	1		7	тестирование, решение задач, доклад по реферату
Итого по модулю 1:				4	4		28	36
Модуль 2. Правовое регулирование рекламной деятельности								
1.	Тема 5. Виды и функции рекламной информации по действующему Российскому законодательству	II	5	1			8	Круглый стол, тестирование, доклад по реферату
2.	Тема 6. Правовое регулирование некоммерческой рекламы	II	6		1		8	Круглый стол,
3.	Тема 7. Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ	II	7	1			8	тестирование, доклад по реферату
4.	Тема 8. Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе	II	8		1		8	тестирование, кейс-задания, доклад по реферату
Итого по модулю 2:				2	2		32	36
Модуль 3. Технологии связей с общественностью.								

1	Тема 9. Современные технологии связей с общественностью	II	9-10		2		16	круглый стол, доклад по реферату
2	Тема 10. Спичрайтинг и копирайтинг. Техника публичного выступления				2		16	Круглый стол
	Итого по модулю 3:				4		32	36
Модуль 4. Подготовка к экзаменам								
	Экзамен (подготовка, сдача)	II						устно-письменный опрос
	Итого по модулю 4:					9	27	36
	ИТОГО:			6	10	9	119	144

4.3. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в курс « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Реклама, рекламная деятельность, рекламный бизнес в историческом развитии. Роль рекламы в социокультурной и правовой жизни людей. Генезис и развитие правового регулирования рекламных отношений в России в дореволюционный, советский и современный период. Актуальность для профессиональной пригодности будущих юристов знаний о сфере рекламного бизнеса и присущих ей правонарушениях.

Тема 2. Понятие, источники и развитие рекламного права в России

Понятие и источники рекламного права. Рекламное право как самостоятельная отрасль российского права. Понятие законодательства о рекламе в широком и узком смысле слова. Рекламное право как комплексная отрасль. Предмет и метод правового регулирования рекламной деятельности. Рекламное право как учебная дисциплина. Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации. Базовый нормативный правовой акт отрасли – ФЗ «О рекламе»: значение, изменения, новации. Место законодательства о рекламе в правовой системе России. Современные тенденции, динамика и перспективы развития рекламного права в России.

Тема 3. История правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах

Специфика рекламной деятельности и подходов к ее правовой регламентации в зарубежных странах. Становление правового регулирования рекламной деятельности в США. Общие и специальные принципы правового регулирования рекламной деятельности в США. Современные тенденции правового регулирования рекламной деятельности в США. Общие и специальные принципы правового регулирования рекламной деятельности в европейских странах. Современные тенденции правового регулирования рекламной деятельности в европейских странах. Особенности правовой регламентации рекламы в странах ближнего зарубежья.

Тема 4. Понятие рекламной информации по действующему Российскому законодательству

Понятие рекламы по законодательству России и зарубежных стран. Анализ признаков рекламы. Цель информационного воздействия. Понятие рекламного продукта. Понятие объекта рекламирования. Отличие рекламы от смежных понятий (фирменное наименование, вывеска, табличка, товарный знак, паблисити и другие).

Тема 5. Виды и функции рекламной информации по действующему Российскому законодательству

Специфика подходов к делению рекламы на виды. Факторы, влияющие на выбор классификационных оснований. Правовые и не правовые классификации рекламы. Общеправовая классификация рекламы. Гражданско-правовая классификация рекламы. Функции рекламы. Позитивные и негативные функции рекламы. Социальные функции (образовательная, экономическая, эстетическая, воспитательная) рекламы. Специальные функции рекламы.

Тема 6. Правовое регулирование некоммерческой рекламы

Понятие и особенности некоммерческой рекламы. Сравнительный анализ коммерческой и некоммерческой рекламы. Виды некоммерческой рекламы. Понятие и особенности социальной рекламы, политической, конфессиональной

рекламы. Специфика регламентации социальной рекламы. Общественные и государственные интересы в социальной рекламе. Благотворительные цели социальной рекламы. Спонсорство. Особенности регламентации политической рекламы. Цели и задачи политической рекламы. Тенденции правового регулирования политической рекламы. Некоммерческая реклама в деятельности правоохранительных органов Российской Федерации и зарубежных государств. Направления использования рекламы в деятельности ОВД. Криминологические аспекты использования рекламы правоохранительными органами. Взаимодействие правоохранительных органов с населением в профилактических целях. Создание положительного образа правоохранительных органов для налаживания контактов с населением. Оперативно-розыскные аспекты использования рекламы. Взаимодействие правоохранительных органов с населением для получения информации о совершенных преступлениях. Использование рекламы и рекламных технологий для задержания преступников. Использование рекламы для решения финансовых проблем правоохранительными органами (дополнительное финансирование, организация публичных конкурсов). Профессиональная ориентация и решение кадровых проблем системы ОВД через возможности рекламы.

Тема 7. Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ

Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы. Понятие правонарушения по рекламному законодательству. Основные виды правонарушений по рекламному законодательству Российской Федерации. Понятие и виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная реклама. Недостоверная реклама. Скрытая и иная ненадлежащая реклама. Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству. Юридическая ответственность субъектов рекламной деятельности. Гражданско-правовая ответственность за ненадлежащую рекламу. Административная

ответственность за ненадлежащую рекламу. Уголовная ответственность за ненадлежащую рекламу. Дисциплинарная ответственность за ненадлежащую рекламу. Материальная ответственность в сфере рекламной деятельности. Повышение эффективности государственного принуждения за противоправное поведение в процессе изготовления, размещения и распространения рекламного продукта. Профилактика нарушений рекламного права: понятие и основные формы. Роль федерального и территориального антимонопольного органов в профилактике правонарушений в сфере рекламы. Возможности органов саморегулирования в области рекламы в профилактике нарушений норм рекламного права.

Тема 8. Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе

Порядок рассмотрения дел антимонопольными органами по признакам нарушения законодательства о рекламе. Возбуждение и предварительный порядок рассмотрения дел. Рассмотрение комиссией дел по признакам нарушения законодательства о рекламе. Порядок исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе и решения об осуществлении контррекламы. Прекращение производства по делу по признакам нарушения законодательства о рекламе. Рассмотрение дел о рекламе арбитражными судами. Порядок предъявления исков в арбитражные суды. Типичные случаи обращения в арбитражные суды. Рассмотрение дел о рекламе судами общей юрисдикции. Порядок предъявления исков в суды общей юрисдикции. Особенности исков о защите прав потребителей.

Практические (семинарские) занятия. Примерные темы семинарских занятий

Понятие, источники и развитие рекламного права в России

Цель занятия: закрепить знания, полученные на лекции, сформировать представление о рекламном праве, как о самостоятельной отрасли действующего российского права. Дать студентам наиболее полное

представление о понятии рекламного права и его источниках. Рассмотреть динамику и перспективы развития рекламного права в России.

План занятия

1. Понятие рекламного права.
2. Источники законодательства о рекламе: иерархия и проблемы гармонизации.
3. Место законодательства о рекламе в правовой системе России.
4. Современные тенденции развития рекламного права в России.

История правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах

Цель занятия: углубить и конкретизировать знания, полученные на лекции. Сформировать у студентов представление об истоках и путях развития правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах.

План занятия

1. Становление правового регулирования рекламной деятельности в США.
2. Развитие правового регулирования рекламной деятельности в странах западной Европы.
3. Правовая регламентация рекламы в странах ближнего зарубежья.

Понятие и рекламной информации по действующему Российскому законодательству

Цель занятия: закрепить знания, полученные на лекции, дать четкое представление о подходах к определению понятия рекламы в законодательстве России и зарубежных стран. Конкретизировать знания об отличии рекламы от смежных правовых понятий.

План занятия

1. Понятие рекламы по законодательству России.
2. Понятие рекламы в зарубежных странах.
3. Отличие рекламы от смежных правовых понятий.

Виды и функции рекламной информации по действующему рекламному законодательству России

Цель занятия: углубить знания о функциях рекламы, полученные на лекции. Дать студентам наиболее полное представление о видах рекламы.

План занятия

1. Функции рекламы.
2. Специфика подходов к делению рекламы на виды.
3. Общеправовая классификация рекламной информации.

4. Гражданско-правовая классификация рекламной информации.

Правовое регулирование некоммерческой рекламы

Цель занятия: дать студентам наиболее полное представление о понятии, видах, функциях и специфике правового регулирования некоммерческой рекламы. Осветить возможные направления использования отдельных видов некоммерческой рекламы в профессиональной деятельности юристов.

План занятия

1. Понятие и особенности некоммерческой рекламы.
2. Виды и функции некоммерческой рекламы.
3. Направления использования некоммерческой рекламы в деятельности юристов.

Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ

Цель занятия: разъяснить понятие правонарушения и юридической ответственности по рекламному законодательству, сформировать у студентов представление о саморегулировании и государственном контроле в сфере рекламной деятельности.

План занятия

1. Понятие правонарушения по рекламному законодательству РФ.
2. Основные виды правонарушений по рекламному праву России.
3. Понятие юридической ответственности по рекламному законодательству РФ.
4. Виды юридической ответственности по рекламному праву России.
5. Саморегулирование и государственный контроль в сфере рекламы.
6. Профилактика правонарушений в сфере рекламного бизнеса: понятие и основные формы.

Правонарушения и юридическая ответственность по рекламному законодательству РФ.

Цель занятия: научиться применять знания о типичных видах правонарушений и юридической ответственности при анализе рекламных сообщений.

В ходе практического занятия студенты делятся на рабочие группы. Каждая группа получает пакет рекламных сообщений. Выданные сообщения следует изучить, классифицировать и найти в них нарушения законодательства о рекламе, опираясь, в первую очередь, на Федеральный закон РФ «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ. По окончании работы с материалами следует огласить выводы, проанализировать найденные примеры рекламных правонарушений и принять участие в дальнейшем обсуждении.

Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе в России

Цель занятия: углубить знания студентов о контроле за рекламной деятельностью. Подробно изучить и проанализировать полномочия и деятельность антимонопольных органов по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства.

План занятия

1. Контроль рекламой как критерий регулирования рекламной деятельности.
2. Деятельность антимонопольных органов по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе.
3. Специфика правовой регламентации порядка рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе.

Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе в России

Цель занятия: закрепить у студентов знания, полученные на лекции, подробно разобрать порядок рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства о рекламе антимонопольными органами.

В процессе практического занятия студенты делятся на «рабочие группы», каждая группа получает материалы дела прошедшего публичное рассмотрение. Необходимо расположить документы в порядке предусмотренном «Порядком рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Утвержден приказом ГКАП России от 13.11.95 г. №147), проанализировать дело, огласить выводы и принять участие в последующем обсуждении.

5.Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью» и реализации компетентного подхода в учебном процессе предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В частности, при изучении дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» предусмотрено применение следующих образовательных технологий:

–*Лекция-беседа*, являющаяся наиболее распространенной и сравнительно простой формой активного вовлечения студентов в учебный процесс. Эта лекция предполагает

непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Преимущество

лекции-беседы состоит в том, что она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным.

вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей студентов.

– *Проблемная лекция*, определяющим признаком которой является постановка и разрешение учебных проблем с различной степенью приобщения к этому слушателей. Такое занятие начинается с вопросов, спостановки проблемы, которую необходимо решить в ходе изложения материала. Проблемные вопросы отличаются от непроблемных тем, что скрытая в них проблема требует не однотипного решения, то есть, готовой схемы решения в прошлом опыте нет. Для ответа на него требуется размышление, когда для непроблемного существует правило, которое нужно знать.

– *Лекция-визуализация*, во время которой происходит переработка учебной информации по теме лекционного занятия в визуальную форму для представления студентам через технические средства обучения или вручную (схемы, рисунки, чертежи и т.п.).

– *Деловая и/или ролевая игра*, представляющая собой совместную деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

– *«Круглый стол»*, предполагающий обсуждение вопроса (темы, проблемы) на условиях партнерства небольшой группой студентов (обычно около пяти человек). В процессе обмена мнениями акцентируются позиции, подходы между участниками и с «аудиторией».

– *Мозговая атака*, как метод коллективного генерирования идей и конструктивной их проработки для решения проблемы.

– *Презентация* – представление студентом наработанной информации по заданной тематике в виде набора слайдов и спецэффектов, подготовленных в выбранной программе.

– *Творческие задания* – самостоятельная творческая деятельность студента, в которой он реализует свой личностный потенциал, демонстрирует умение грамотно и ясно выражать свои мысли, идеи.

– *Интервью* – одна из разновидностей разговора между двумя и более собеседниками по заранее обдуманному алгоритму, цель которой – выявить имеющиеся знания, умения, навыки у опрашиваемого/опрашиваемых.

– *Проектная деятельность* – воплощение имеющегося замысла,

идеи, образа решения какой-либо проблемы в подходящей для этого форме (описание, обоснование, расчеты).

– *Портфолио*– конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

– *Эссе* – средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

– *Анализ конкретной ситуации (case-study)*– совокупность фактов и данных, определяющих то или иное явление. В этом качестве любая характерная ситуация из области управления может служить объектом для анализа и обучения. Возможен случай, когда ситуация, кроме материала для анализа, содержит и проблемы, требующие решения.

– *Компьютерные технологии* (компьютерный опрос, лекция – презентация, доклады студентов в сопровождении мультимедиа);

– *Диалоговые технологии* (опрос, взаимопрос, дискуссия между студентами, дискуссия преподавателя и студентов);

– Технологии на основе метода *опережающего обучения* и др.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются активные и интерактивные формы проведения занятий, в частности, с использованием разнообразных методов организации и осуществления:

– *учебно-познавательной деятельности* (словесные, наглядные и практические методы передачи информации, проблемные лекции и др.);

– *стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности* (дискуссии, самостоятельные исследования по обозначенной проблематике, публикация статьи и др.);

– *контроля и самоконтроля* (индивидуального и фронтального, устного и письменного опроса, экзамена).

Широко (более 20% аудиторных занятий) используются активные и интерактивные методы проведения занятий:

– дискуссии;

– ситуационный анализ, метод анализа конкретной ситуации;

– ролевые, деловые, организационно-управленческие игры как модель взаимодействия людей в процессе достижения целей экономического, политического или престижного характера, имитирующая те или иные практические ситуации как одно из средств активизации учебного процесса;

– дискуссионные методы (групповая дискуссия, разбор случаев из практики, анализ ситуаций морального выбора, моделирование практических ситуаций, метод кейсов и др.);

– метод мозгового штурма;

– социально-психологические тренинги;

– синектики (совмещения разнородных элементов);

– эвристические технологии (творческая учебно-исследовательская работа, учебная конференция);

– тест как стандартизированное, ограниченное во времени испытание.

В частности, при проведении семинарских и лабораторных занятий по дисциплине « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» используются различные образовательные технологии с использованием широкого спектра технических средств обучения. Для этого на кафедре социальной медицины оборудован специальный кабинет медико-социальных дисциплин, оборудованный мультимедийным комплексом и видеооборудованием.

Наряду с традиционными лекционными и семинарскими занятиями предусмотрено проведение компьютерных симуляций по отработке приемов первой медицинской помощи, ролевые игры, встречи с представителями государственных и общественных организаций, экспертами и специалистами в области изучения общественного здоровья, организации и оказания социально-медицинской и лечебно-профилактической помощи.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, определяется главной целью программы, особенностью контингента обучающихся и содержанием дисциплины. В целом в учебном процессе они составляют 20 % аудиторных занятий. Занятия лекционного типа составляют 25 % аудиторных занятий.

Формы и методы обучения

Форма занятия	Применяемые методы обучения	Виды оценочных средств
Лекционные занятия	Интерактивные методы: дискуссия; метод анализа конкретной ситуации; проблемная лекция; метод опережающего обучения.	Тестовые задания, вопросы к экзамену, вопросы по докладам и др.
Практические занятия	Интерактивные методы: дискуссия; метод мозгового штурма; кейс – метод; организационно-деятельностная игра; метод анализа конкретной ситуации; семинар-тренинг; учебная конференция; мастер-класс экспертов, специалистов	-тестовые задания для блиц-опроса, -кейсы, -тестовые задания для промежуточного контроля, -практические задания, -кроссворды Суммированные баллы, начисляемые по результатам регулярной проверки усвоения учебного материала, вносятся в аттестационную ведомость. При выведении аттестационной отметки учитывается посещение студентом аудиторных (лекционных) занятий.
Лаб. занятия	Данный вид нагрузки не предусмотрен учебным планом	
Самостоятельная работа студентов	Метод проектов, организационно-деятельностная игра	Тестовые задания, задания для самостоятельной работы; балльно-рейтинговая оценка качества и уровня студенческих докладов, рефератов и презентаций (акцентированности, последовательности, убедительности, использования специальной терминологии)

Экзамен		Для успешной сдачи экзамена студент должен посещать занятия, выполнять задания, получить положительные оценки на текущих аттестациях. Экзамен проводится в форме компьютерного тестирования.
---------	--	--

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа рассматривается нами как форма организации обучения, которая способна обеспечивать самостоятельный поиск необходимой информации, творческое восприятие и осмысление учебного материала в ходе аудиторных занятий, разнообразные формы познавательной деятельности студентов на занятиях и во внеаудиторное время, развитие аналитических способностей, навыков контроля и планирования учебного времени, выработку умений и навыков рациональной организации учебного труда. Она является формой организации образовательного процесса, стимулирующей активность, самостоятельность и познавательный интерес студентов, а также одним из обязательных видов образовательной деятельности, обеспечивающей реализацию требований Федеральных государственных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС).

Самостоятельная работа студентов представляет собой совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение образовательной программы высшего профессионального образования в соответствии с требованиями ФГОС.

При изучении дисциплины « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» используются следующие виды самостоятельной работы студентов:

1. Самостоятельная работа при подготовке к аудиторным занятиям.
 - 1.1. Подготовка к лекции. Краткие конспекты лекций по «Основам социальной медицины» вместе с рабочей программой выставлены на платформе Moodle и в ЭОР ДГУ. Знакомство с этими материалами позволяет заранее ознакомиться с основными положениями предстоящей лекции и активно задавать конкретные вопросы при ее изложении.
 - 1.2. Подготовка к семинарскому занятию. Она направлена на:
 - развитие способности к чтению научной и иной литературы;

- поиск дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в некоторых вопросах;
- выделение при работе с разными источниками необходимой информации, которая требуется для полного ответа на вопросы плана семинарского занятия;
- выработку умения правильно выписывать высказывания авторов из имеющихся источников информации, оформлять их по библиографическим нормам;
- развитие умения осуществлять анализ выбранных источников информации;
- подготовку собственного выступления по обсуждаемым вопросам;
- формирование навыка оперативного реагирования на разные мнения, которые могут возникать при обсуждении тех или иных научных проблем.

1.3. Подготовка к семинару-конференции. В процессе самостоятельной подготовки к нему студенту необходимо изучить 2–3 источника (монографии, статьи), в которых раскрыты теоретические подходы к обсуждаемому вопросу и представлены материалы эмпирических исследований. Выступающий должен быть готов ответить на вопросы всех присутствующих по теме своего доклада. После каждого выступления проводится обсуждение представленных научных воззрений разных исследователей. Готовность к такой аналитической коллективной работе обеспечивается просмотром каждым студентов тех основных работ, которые преподаватель рекомендовал прочитать к семинару-конференции.

1.4. Подготовка к контрольной работе. Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя:

- изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой;
- повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения;
- изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний;
- составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы;
- формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий.

1.5. Подготовка к экзамену. Должна осуществляться в течение всего семестра и включать следующие действия: студенту следует перечитать все лекции и материалы, которые готовились к семинарским и практическим занятиям в течение семестра; затем надо соотнести эту информацию с вопросами, которые даны к экзамену, вновь осмыслить и понять. Если информации недостаточно, ответы находят в предложенной преподавателем литературе. Рекомендуется делать краткие записи с целью формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне экзамена полезно повторить ответы, не заглядывая в записи.

Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных трактовок сущности того или иного явления, процесса, умение раскрывать факторы, определяющие их противоречивость, знание имен ученых, изучавших обсуждаемую проблему. Необходимо также привести информацию о материалах эмпирических исследований, что указывает на всестороннюю подготовку студента к экзамену. Для получения высоких баллов требуется ответить и на дополнительные вопросы, если экзамен проходит в устной форме. Рекомендуется подготовку к экзамену осуществлять в два этапа. На первом, в течение 2-3 дней, подбирается из разных источников весь материал, необходимый для развернутых ответов на все вопросы. Ответы можно записать в виде краткого конспекта. На втором этапе по памяти восстанавливается содержание того, что записано в ответах на каждый вопрос. Время на подготовку к экзамену для бакалавров составляет 36 часов.

2. Внеаудиторная самостоятельная работа.

2.1. Написание реферата с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента. Для этого следует:

- 1) выбрать тему, если она не определена преподавателем;
- 2) определить источники, с которыми придется работать;
- 3) изучить, систематизировать и обработать выбранный материал из источников;
- 4) составить план;
- 5) написать реферат:
 - обосновать актуальность выбранной темы;
 - указать исходные данные реферируемого текста (название, где опубликован, в каком году), сведения об авторе (Ф. И. О., специальность, ученая степень, ученое звание);
 - сформулировать проблематику выбранной темы;
 - привести основные тезисы реферируемого текста и их аргументацию;

— сделать общий вывод по проблеме, заявленной в реферате.

Планируемые результаты данного вида самостоятельной работы:

— способность студентов к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

— способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.2. Написание эссе с целью развития навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студентам следует:

1) написать вступление (2-3 предложения, которые служат для последующей формулировки проблемы);

2) сформулировать проблему, которая должна быть важна не только для автора, но и для других;

3) дать комментарии к проблеме;

4) сформулировать авторское мнение и привести аргументацию;

5) написать заключение (вывод, обобщение сказанного).

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь.

2.3. Подготовка доклада с целью расширения научного кругозора, овладения методами теоретического исследования, развития самостоятельности мышления студента.

Для выполнения данного вида самостоятельной работы студентам следует:

1) четко сформулировать тему (например, письменного доклад);

2) изучить и подобрать литературу, рекомендуемую по теме, выделив три источника библиографической информации:

— первичные (статьи, диссертации, монографии и т. д.);

— вторичные (библиография, реферативные журналы, сигнальная информация, планы, граф-схемы, предметные указатели и т. д.);

— третичные (обзоры, компилятивные работы, справочные книги и т. д.);

3) написать план, который полностью согласуется с выбранной темой и логично раскрывает ее;

4) написать доклад, соблюдая следующие требования:

— к структуре доклада — она должна включать: краткое введение, обосновывающее актуальность проблемы; основной текст; заключение с краткими выводами по исследуемой проблеме; список использованной литературы;

— к содержанию доклада — общие положения надо подкрепить и пояснить конкретными примерами; не пересказывать отдельные главы учебника или учебного пособия, а изложить собственные соображения по существу

рассматриваемых вопросов, внести свои предложения;

5) оформить работу в соответствии с требованиями.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

— способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач;

— готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач;

— способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Оценка формы самостоятельной работы «Доклад»

1. Степень раскрытия темы:

— тема доклада раскрыта;

— тема доклада раскрыта частично: не более 2 замечаний;

— тема доклада раскрыта частично: не более 3 замечаний;

— тема доклада не раскрыта: 4 и более замечаний.

3. Объем использованной научной литературы:

— объем научной литературы достаточный;

— объем научной литературы недостаточный: не более 2 замечаний;

— объем научной литературы недостаточный: 3 замечания;

— объем научной литературы недостаточный: 4 и более замечаний.

3. Достоверность информации в докладе (точность, обоснованность, наличие ссылок на источники первичной информации):

— информация точная, обоснованная, есть ссылки на источники первичной информации; — информация имеет замечания по одному требованию из трех;

— информация имеет замечания по двум требованиям из трех;

— информация имеет замечания по всем требованиям.

4. Необходимость и достаточность информации:

— приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада;

— приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада частично: не более 2 замечаний;

— приведенные данные и факты служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада частично: 3 и более замечаний;

— приведенные данные и факты не служат целям обоснования или иллюстрации определенных тезисов и положений доклада.

2.4. Написание конспекта с целью выработки умений и навыков грамотного изложения теории и практических вопросов в письменной форме. Формы конспектирования:

— план (простой, сложный) — форма конспектирования, которая включает анализ структуры текста, обобщение, выделение логики развития событий и их сути;

— выписки — простейшая форма конспектирования, почти дословно воспроизводящая текст;

— тезисы — форма конспектирования, которая представляет собой выводы, сделанные на основе прочитанного.

— цитирование — дословная выписка, которая используется, когда передать мысль автора своими словами невозможно.

Выполнение задания:

- 1) определить цель составления конспекта;
- 2) записать название текста или его части; 3) записать выходные данные текста (автор, место и год издания);
- 4) выделить при первичном чтении основные смысловые части текста;
- 5) выделить основные положения текста;
- 6) выделить понятия, термины, которые требуют разъяснений;
- 7) последовательно и кратко изложить своими словами существенные положения изучаемого материала;
- 8) включить в запись выводы по основным положениям, конкретным фактам и примерам (без подробного описания);
- 9) использовать приемы наглядного отражения содержания (абзацы «ступеньками», различные способы подчеркивания, ручки разного цвета);
- 10) соблюдать правила цитирования (цитата должна быть заключена в кавычки, дана ссылка на ее источник, указана страница).

Планируемые результаты самостоятельной работы:

— способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных образовательных и исследовательских задач;

— способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Оценка формы самостоятельной работы «Конспект»

1. Соответствие конспекта плану содержания источника:

— конспект соответствует плану содержания;

— конспект частично соответствует плану содержания: не более 2 замечаний;

— конспект частично соответствует плану содержания: 3 и более замечаний;

— конспект не соответствует плану содержания.

2. Отражение в конспекте основных положений источника и наличие выводов:

— основные положения отражены, выводы представлены;

— основные положения отражены, выводы не представлены;

— основные положения отражены частично, выводы частично представлены;

— основные положения не отражены, выводы не представлены.

3. Ясность, лаконичность изложения:

— изложение ясное и лаконичное;

— изложение имеет не более 2 замечаний по указанным параметрам;

— изложение имеет не более 3 замечаний по указанным параметрам;

— по указанным параметрам изложение имеет 4 и более замечаний.

2.5. Составление глоссария с целью повысить уровень информационный культуры студентов; приобрести новые знания; отработать необходимые навыки в предметной области учебного курса « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы».

Для сбора и систематизации понятий или терминов, объединенных общей специфической тематикой, по одному либо нескольким источникам, студент должен:

1) внимательно прочитать работу;

2) определить наиболее часто встречающиеся термины;

3) составить список терминов, объединенных общей тематикой;

4) расположить термины в алфавитном порядке;

5) составить статьи глоссария:

— дать точную формулировку термина в именительном падеже;

— объемно раскрыть смысл данного термина.

Планируемые результаты самостоятельной работы: способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

Оценка формы самостоятельной работы «Глоссарий»

1. Точность информации:

— информация точная;

— информация имеет не более 2 замечаний;

— информация имеет 3 и более замечаний;

— информация неточная в полном объеме.

2. Достоверность информации:

- информация достоверная;
 - информация имеет не более 2 замечаний;
 - информация имеет 3 и более замечаний;
 - информация недостоверная.
3. Отражение в работе контекста, в котором может быть употреблен данный термин:

- контекст отражен в работе;
- контекст не полностью отражен в работе: не более 2 замечаний;
- контекст не полностью отражен в работе: 3 и более замечаний;
- контекст в работе не отражен.

2.6. Выполнение кейс-задания для формирования умения анализировать в короткие сроки большого объема неупорядоченной информации, принятия решений в условиях недостаточной информации при разборе практических проблемных ситуаций — кейсов, связанных с конкретным событием или последовательностью событий.

Выполнение задания:

- 1) подготовить основной текст с вопросами для обсуждения:
 - титульный лист с кратким запоминающимся названием кейса;
 - введение, где упоминается герой (герои) кейса, рассказывается об истории вопроса, указывается время начала действия;
 - основная часть, где содержится главный массив информации, внутренняя интрига, проблема;
 - заключение (в нем решение проблемы, рассматриваемой в кейсе, иногда может быть не завершено);
- 2) подобрать приложения с подборкой различной информации, передающей общий контекст кейса (документы, публикации, фото, видео и др.);
- 3) предложить возможное решение проблемы. Планируемые результаты самостоятельной работы:
 - способность студентов анализировать результаты научных исследований и применять их при решении конкретных исследовательских задач;
 - готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач;
 - способность решать нестандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Оценка формы самостоятельной работы «Кейс-задание»

1. Структура кейса:
 - структура соответствует требованиям;

- структура соответствует требованиям частично: отсутствует 1 элемент;
- структура соответствует требованиям частично: отсутствуют 2–3 элемента;

— структура не соответствует требованиям.

2. Общая валидность — установление корректности операциональных действий в рамках изучаемой темы и выстраиваемой концепции:

- операциональные действия корректны;
- операциональные действия корректны частично: 1–2 замечания;
- операциональные действия корректны частично: 3–4 замечания;
- операциональные действия не корректны.

3. Внутренняя валидность — установление всей полноты причинных связей:

- установлена вся полнота причинных связей;
- полнота причинных связей установлена частично: 1–2 замечания;
- полнота причинных связей установлена частично: 3 и более замечаний;
- полнота причинных связей не установлена.

2.7. Информационный поиск с целью развития способности к проектированию и преобразованию учебных действий на основе различных видов информационного поиска.

Список современных задач информационного поиска:

- решение вопросов моделирования;
- классификация документов;
- фильтрация, классификация документов;
- проектирование архитектур поисковых систем и пользовательских интерфейсов;
- извлечение информации (аннотирование и реферирование документов);
- выбор информационно-поискового языка запроса в поисковых системах.

Содержание задания по видам поиска:

- поиск библиографический — поиск необходимых сведений об источнике и установление его наличия в системе других источников. Ведется путем разыскания библиографической информации и библиографических пособий (информационных изданий);
- поиск самих информационных источников (документов и изданий), в которых есть или может содержаться нужная информация;
- поиск фактических сведений, содержащихся в литературе, книге (например, об исторических фактах и событиях, о биографических данных из жизни и деятельности писателя, ученого и т. п.).

Выполнение задания:

- 1) определение области знаний;

- 2) выбор типа и источников данных;
 - 3) сбор материалов, необходимых для наполнения информационной модели;
 - 4) отбор наиболее полезной информации;
 - 5) выбор метода обработки информации (классификация, кластеризация, регрессионный анализ и т.д.);
 - 6) выбор алгоритма поиска закономерностей;
 - 7) поиск закономерностей, формальных правил и структурных связей в собранной информации;
 - 8) творческая интерпретация полученных результатов. Планируемые результаты самостоятельной работы:
 - способность студентов решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
 - готовность использовать знание современных проблем науки и образования при решении образовательных и профессиональных задач.
- Оценка формы самостоятельной работы «Информационный поиск»
1. Полнота выбора источников поиска (формальное соответствие требованиям):
 - выбор источников осуществлен в соответствии с заданными требованиями;
 - выбор источников осуществлен с отклонением от заданных требований: не более 2 замечаний;
 - выбор источников осуществлен с отклонением от заданных требований: 3 и более замечаний;
 - выбор источников полностью не соответствует заданным требованиям.
 2. Точность поиска (формальное соответствие требованиям):
 - информационный поиск абсолютно точный;
 - информационный поиск имеет неточности: не более 2 замечаний;
 - информационный поиск имеет неточности: 3 и более замечаний;
 - информационный поиск абсолютно неточный.
 3. Список источников является результатом достижения цели поиска (содержательное соответствие требованиям):
 - список и цель поиска согласованы;
 - список и цель поиска частично согласованы: не более 2 замечаний;
 - список и цель поиска частично согласованы: 3 и более замечаний;
 - список и цель поиска не согласованы.
 4. Список источников отражает предмет поиска (содержательное соответствие требованиям):

- список полностью отражает предмет поиска;
- список не полностью отражает предмет поиска: не более 2 замечаний;
- список не полностью отражает предмет поиска: 3 и более замечаний;
- список не отражает предмет поиска.

2.8. Построение сводной (обобщающей) таблицы с целью усвоения отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

Варианты задания:

- представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы, выраженными в тексте в форме понятий или категорий;
- представить междисциплинарные связи изучаемой темы (дисциплины).

Правила составления таблицы:

- 1) таблица должна быть выразительной и компактной, лучше делать несколько небольших по объему, но наглядных таблиц, отвечающих задаче исследования;
- 2) название таблицы, заглавия граф и строк следует формулировать точно и лаконично;
- 3) в таблице обязательно должны быть указаны изучаемый объект и единицы измерения;
- 4) при отсутствии каких-либо данных в таблице ставят многоточие либо пишут «Нет сведений», если какое-либо явление не имело места, то ставят тире;
- 5) значения одних и тех же показателей приводятся в таблице с одинаковой степенью точности;
- 6) таблица должна иметь итоги по группам, подгруппам и в целом;
- 7) если суммирование данных невозможно, то в этой графе ставят знак умножения;
- 8) в больших таблицах после каждых пяти строк делается промежуток для удобства чтения и анализа.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач;
- усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

Оценка формы самостоятельной работы «Сводная (обобщающая) таблица»

1. Компактность таблицы и лаконичность записей:
 - таблица компактна и лаконична;
 - таблица имеет замечания по компактности и лаконичности: не более 2 замечаний;
 - таблица имеет замечания по компактности и лаконичности: не более 4 замечаний;

— таблица имеет множество замечаний по компактности и лаконичности: 5 и более замечаний.

2. Указание изучаемых объектов:

— все объекты указаны;

— объекты указаны частично: отсутствует не более 2 объектов;

— объекты указаны частично: отсутствует не более 4 объектов;

— объекты указаны частично: отсутствуют 5 и более объектов.

3. Логические связи таблицы:

— объекты таблицы логически связаны;

— логика нарушена частично: 1 замечание;

— логика нарушена частично: не более 2 замечаний;

— объекты таблицы логически не связаны.

2.9. Использование граф-схемы с целью усвоения отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

Варианты задания:

— представить в наглядной форме иерархические отношения между понятиями;

— представить функциональные отношения между элементами какой-либо системы (раздела), выраженными в тексте в форме понятий или категорий.

Выполнение задания:

1) выделить основные понятия, изученные в данном разделе (по данной теме);

2) определить, как понятия связаны между собой;

3) показать, как связаны между собой отдельные блоки понятий;

4) привести примеры взаимосвязей понятий в соответствии с созданной граф-схемой.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

— готовность студентов использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач;

— усвоение отношений между понятиями или отдельными разделами темы.

Оценка формы самостоятельной работы «Граф-схема»

1. Выделение основных понятий:

— основные понятия выделены полностью;

— основные понятия выделены частично: не более 2 замечаний;

— основные понятия выделены частично: 3 и более замечаний;

— основные понятия не выделены.

2. Определение смысловых и причинно-следственных связей:

— смысловые и причинно-следственные связи определены;

— смысловые и причинно-следственные связи определены частично: не более 2 замечаний;

- смысловые и причинно-следственные связи определены частично: 3 и более замечаний;
- смысловые и причинно-следственные связи не определены.

3. Определение взаимосвязей блоков понятий:

- взаимосвязи блоков понятий определены в полном объеме;
- взаимосвязи блоков понятий определены частично: не более 2 замечаний;
- взаимосвязи блоков понятий определены частично: 3 и более замечаний;
- взаимосвязи блоков понятий не определены.

2.10. Разработка мультимедийной презентации, целью которой является:

- освоение (закрепление, обобщение, систематизация) учебного материала;
- обеспечение контроля качества знаний; — формирование специальных компетенций, обеспечивающих возможность работы с информационными технологиями; — становление общекультурных компетенций.

Основные виды мультимедийной презентации:

- обучающие и тестовые презентации (позволяют знакомить с содержанием учебного материала и контролировать качество его усвоения);
- презентации электронных каталогов (дают возможность распространять большие объемы информации быстро, качественно и эффективно);
- электронные презентации и рекламные ролики (служат для создания имиджа и распространение информации об объекте);
- презентации — визитные карточки (дают представление об авторе работы);
- бытовые презентации (использование в бытовых целях фотографий и видеоизображений в электронном виде).

Мультимедийные презентации по назначению:

- презентация сопровождения образовательного процесса (является источником информации и средством привлечения внимания слушателей);
- презентация учебного или научно-исследовательского проекта (используется для привлечения внимания слушателей к основной идее или концепции развития проекта с точки зрения его возможной эффективности и результативности применения);
- презентация информационной поддержки образовательного процесса (представляет собой обновление банка литературы, контрольных и тестовых заданий, вопросов к итоговой и промежуточной аттестации);
- презентация-отчет (мультимедийное сопровождение отчета в виде нескольких фрагментов, логически связанных между собой в зависимости от структуры отчета).

Выполнение задания:

1. Этап проектирования:

- определение целей использования презентации;
- сбор необходимого материала (тексты, рисунки, схемы и др.);
- формирование структуры и логики подачи материала;
- создание папки, в которую помещен собранный материал.

2. Этап конструирования:

- выбор программы MS PowerPoint в меню компьютера;
- определение дизайна слайдов;
- наполнение слайдов собранной текстовой и наглядной информацией;
- включение эффектов анимации и музыкального сопровождения (при необходимости);
- установка режима показа слайдов (титульный слайд, включающий наименование кафедры, где выполнена работа, название презентации, город и год; содержательный — список слайдов презентации, сгруппированных по темам сообщения; заключительный слайд содержит выводы, пожелания, список литературы и пр.).

3. Этап моделирования — проверка и коррекция подготовленного материала, определение продолжительности его демонстрации.

Планируемые результаты самостоятельной работы:

- повышение информационной культуры студентов и обеспечение их готовности к интеграции в современное информационное пространство;
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- способность к критическому восприятию, обобщению, анализу профессиональной информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- способность применять современные методики и технологии организации и реализации образовательного процесса на различных образовательных ступенях в различных образовательных учреждениях;
- готовность использовать индивидуальные креативные способности для оригинального решения исследовательских задач.

Оценка формы самостоятельной работы «Мультимедийная презентация»

1. Раскрытие темы учебной дисциплины:

- тема раскрыта;
- тема раскрыта частично: не более 2 замечаний;
- тема раскрыта частично: не более 3 замечаний;
- тема не раскрыта: 4 и более замечаний.

2. Подача материала (наличие, достаточность и обоснованность графического оформления: схем, рисунков, диаграмм, фотографий):

- подача материала полностью соответствует указанным параметрам;
- подача материала соответствует указанным параметрам частично: не более 2 замечаний;
- подача материала соответствует указанным параметрам частично: не более 3 замечаний;
- подача материала соответствует указанным параметрам частично: 4 и более замечаний.

3. Оформление презентации (соответствие дизайна всей презентации поставленной цели; единство стиля включаемых в презентацию рисунков; обоснованное использование анимационных эффектов):

- презентация оформлена без замечаний;
- презентация оформлена с замечаниями по параметру или параметрам: не более 2 замечаний;
- презентация оформлена с замечаниями по параметру или параметрам: не более 3 замечаний;
- презентация оформлена с замечаниями по параметру или параметрам: 4 и более замечаний.

— *Примерное распределение времени самостоятельной работы студентов*

Вид самостоятельной работы	Примерная трудоёмкость, а.ч.	
	заочная	
Текущая СРС		
работа с лекционным материалом, с учебной литературой	20	
самостоятельное изучение разделов дисциплины	20	
подготовка к семинарским занятиям	10	
подготовка к контрольным работам	10	
подготовка к экзамену	9	
Творческая проблемно-ориентированная СРС		
выполнение научных докладов и рефератов	15	
поиск, изучение и презентация информации по заданной проблеме, анализ научных публикаций по заданной теме	15	
исследовательская работа, участие в конференциях, семинарах, олимпиадах	11	
анализ информации по теме на основе собранных данных	9	
Итого СРС:	119	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Примерный тест по курсу « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Первый уровень сложности:

1. Вставьте пропущенное словосочетание

__ совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы.

2. Нормы, регулирующие отношения в сфере рекламы, входят в состав

- a. гражданского права
- b. административного права
- c. конституционного права
- d. информационного права
- e. все верно

3. Вставьте пропущенное словосочетание

_совокупность правовых норм, регулирующих имущественные и личные неимущественные отношения на началах юридического равенства сторон.

4. В рамках гражданского права регулируются

- a. организационно-правовой статус субъектов рекламного рынка
- b. имущественные отношения
- c. вещные права
- d. обязательства и договоры
- e. отношения в связи с созданием и использованием объектов интеллектуальной собственности
- f. все верно

5. К рекламному праву применимы

- a. принцип дозволительной направленности гражданско-правового регулирования;
- b. принцип равенства правового режима субъектов;
- c. принцип недопустимости произвольного вмешательства в частные дела;
- d. принцип неприкосновенности собственности;
- e. принцип свободы договора;
- f. принцип свободного перемещения товаров, услуг и финансовых средств на всей территории Российской Федерации.
- g. все принципы гражданского права

6. Вставьте пропущенное словосочетание

_ система правовых норм, регулирующих общественные отношения, связанные с государственно-управленческой деятельностью.

7. Административное право регулирует

- a. формы и методы государственного контроля,

- b. полномочия антимонопольных органов,
- c. основания и порядок применения административной ответственности за правонарушения в сфере рекламы
- d. организационно-правовой статус субъектов рекламного рынка,
- e. имущественные отношения,
- f. вещные права,
- g. обязательства и договоры

8. Комплексный характер подчеркивается сочетанием в рекламном праве

- a. частноправовых норм
- b. публично-правовых норм
- c. гражданско-правовых норм
- d. административно-правовых норм
- e. конституционно-правовых норм

9. Вставьте пропущенное словосочетание

— различные нормативные акты, именуемые источниками права и содержащие правовые нормы, регулирующие отношения в сфере рекламы.

10. К рекламному законодательству относятся

- a. законы
- b. подзаконные нормативные акты
- c. международные конвенции
- d. договора
- e. нормативные акты субъектов РФ
- f. все верно

11. Соотнесите функции рекламного права с их определениями

- a. **Регулятивная** 1. защита от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение и пресечение ненадлежащей рекламы
- b. **Охранительная** 2. создание условий для эффективного решения с помощью рекламы экономических, социальных и общественно-политических задач
- c. **Воспитательно-организационная** 3. упорядочивание отношений в сфере рекламы

12. Принципы правового регулирования рекламы, применяемые в России

- a. установлены общие и специальные требования к рекламе
- b. определены права и обязанности субъектов рекламного рынка
- c. работают механизмы контроля и привлечения нарушителей ответственности
- d. все верно

13. Общие требования к рекламе

- a. законность
- b. честность

- c. правдивость
- d. пристойность
- e. соблюдение принципов добросовестной конкуренции, ответственности перед обществом
- f. все верно

14. Методы и средства регулирования рекламы в развитых странах в основном направлены на

- a. предупреждение правонарушений
- b. добровольное соблюдение субъектами рекламного рынка установленных правил
- c. лишение свободы
- d. исключения из членов саморегулируемых организаций
- e. отказа от заключения договоров
- f. все верно

15. В качестве примера международного документа, регулирующего рекламную деятельность, можно привести

Второй уровень сложности:

1. Особенности регулирования рекламы в Европе

- a. ведущая роль органов саморегулирования
- b. единые требования к рекламе
- c. единые механизмы применения ответственности и разрешения возникающих споров на территории стран Европейского союза
- d. предупреждение правонарушений
- e. добровольное соблюдение субъектами рекламного рынка установленных правил
- f. все верно

2. Вставьте пропущенное слово

— информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

3. Объектом рекламирования может выступать

- a. товар (работа, услуга)
- b. средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара
- c. результат интеллектуальной деятельности
- d. мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари)
- e. все верно

4. Виды информации, на которые не распространяется действие Закона о рекламе

- a. политическая реклама
- b. социальная реклама
- c. справочно-информационные и аналитические материалы
- d. сообщения органов государственной власти
- e. вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера
- f. объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные осуществлением предпринимательской деятельности
- g. информация о товаре, его изготовителе, об импортере или экспортере, размещенная на товаре или его упаковке
- h. все верно

5.Юридические признаки рекламы

- a. содержание информации
- b. распространение информации любым способом, в любой форме, с использованием любых средств
- c. направленность на неопределенный круг лиц
- d. цель распространения информации – привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему, его продвижение на рынке
- e. платный характер
- f. раскрытие в рекламе ее заказчика
- g. особый характер информационного воздействия
- h. все верно

6.Гражданско-правовая классификация рекламы

- a. приглашение делать оферты
- b. публичная оферта
- c. реклама, не являющаяся офертой
- d. соответствующая требованиям законодательства
- e. не соответствующая требованиям законодательства
- f. все верно

7.Вставьте пропущенное слово

__ – адресованное одному или нескольким лицам предложение, которое достаточно определено и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято предложение, содержит существенные условия договора.

8.Общие требования к рекламе

- a. добросовестная
- b. достоверная
- c. соответствие требованиям законодательства РФ
- d. не должна побуждать к совершению противоправных действий
- e. не должна призывать к насилию и жестокости.
- f. не должна угрожать безопасности движения
- g. не должна формировать негативное отношение к лицам, не

пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.
h. все верно

9. Соотнесите характеристики рекламы с их содержанием

1. Недобросовестная
2. Недостоверная
 - a. Содержащая некорректные сравнения рекламируемого товара
 - b. Порочащая честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента
 - c. Представляющая собой рекламу товара, запрещенного данным способом
 - d. Содержащая не соответствующие действительности сведения: о преимуществах товара, о любых его характеристиках, об ассортименте и комплектации, стоимости, гарантийных обязательствах, о признании, рекомендациях, результатах испытаний, размере спроса, продажах
 - e. Являющаяся актом недобросовестной конкуренции

10. В рекламе не допускается

- a. использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации
- b. указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти
- c. демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции, пива
- d. использование образов медицинских и фармацевтических работников
- e. указание на то, что рекламируемый товар произведен с использованием тканей эмбриона человека
- f. указание на лечебные свойства нелекарственных средств
- g. использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов
- h. отсутствие части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования
- i. использование в радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции скрытой рекламы
- j. размещение рекламы в учебниках, школьных дневниках, школьных тетрадях
- k. все верно

11. Вставьте пропущенное словосочетание

— оказывает не осознаваемое потребителями рекламы воздействие на их сознание, в том числе такое воздействие путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.

12. Список товаров (работ, услуг), реклама которых не допускается

- a. запрещены законодательством РФ
- b. наркотические средства, психотропные вещества и их прекурсоры
- c. взрывчатые вещества и материалы

- d. пиротехнические изделия
- e. органы и (или) ткани человека
- f. товары без государственной регистрации
- g. товары без сертификации
- h. товары без лицензий или иных специальных разрешений
- i. все верно

13. Верно ли, что политическая реклама подчиняется общим правилам, определяющим свободу слова, свободу массовой информации, установленные законом ограничения и порядок использования этих свобод.

- a. да
- b. нет

14. Вставьте пропущенное словосочетание

_____ информация, _____ распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Третий уровень сложности:

1. Для прерывания рекламой иных телепередач, в том числе художественных фильмов, действует ограничение: продолжительность каждого прерывания указанных телепередач рекламой не должна превышать _____ минуты.

2. Верно ли, что правила трансляции рекламы на телевидении, за исключением требования к уровню звука рекламы, не распространяются на телепрограммы, которые зарегистрированы в качестве средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера.

- a. Да
- b. Нет

3. Верно ли, что правила трансляции рекламы на телевидении распространяются на размещаемую в телепрограммах информацию о телепередачах, транслируемых по соответствующему телеканалу, логотип телепрограммы и информацию о данной телепрограмме.

- a. Да
- b. Нет

4. Требования к рекламе в периодических печатных изданиях

- a. размещение рекламы должно сопровождаться пометками «реклама» или «на правах рекламы»
- b. объем рекламы в неспециализированных изданиях должен составлять не более 40 процентов объема одного номера периодических печатных изданий
- c. правила распространяются на все печатные издания

d. все верно

5.Верно ли, что в целях защиты кинозрителей от излишнего количества рекламы законом установлены ограничения на демонстрацию рекламы до начала фильма, запрет на прерывание рекламой фильма, на совмещение рекламы с демонстрацией фильма способом «бегущей строки» при кино– и видеообслуживании.

a. Да

b. Нет

6.Вставьте пропущенное словосочетание

– распространяется с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

7.Верно ли, что органы местного самоуправления вправе самостоятельно решать вопросы местного значения, связанные с особенностями распространения наружной рекламы, поскольку они затрагивают правомочия пользования, владения и распоряжения муниципальной собственностью.

a. Да

b. Нет

8.Закон устанавливает следующие требования к рекламным конструкциям

a. должна использоваться исключительно в целях распространения рекламы

b. не допускается распространение наружной рекламы на знаке дорожного движения, его опоре или любом ином приспособлении, предназначенном для регулирования дорожного движения

c. рекламная конструкция и ее территориальное размещение должны соответствовать требованиям технического регламента

d. заключение договора с собственником (иным законным владельцем) земельного участка, здания или иного недвижимого имущества, к которому присоединяется рекламная конструкция

e. наличие разрешения, выдаваемого органом местного самоуправления муниципального района или городского округа, на территориях которых предполагается осуществить установку рекламной конструкции

f. все верно

9.Верно ли, что цели специального правового регулирования отдельных способов распространения рекламы: защита потребителей, обеспечение безопасности жизни, здоровья, имущества, окружающей среды.

- a. Да
- b. Нет

10. Составляющие правового регулирования рекламы алкогольной продукции и пива, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей

- a. требования к содержанию рекламы
- b. требования к средствам распространения рекламы
- c. требования к рекламным акциям
- d. требования к соответствию законодательству
- e. все верно

11. По содержанию реклама алкогольной продукции не должна

- a. содержать утверждение о важности для достижения общественнопризнания, успеха, улучшения состояния
- b. осуждать воздержание от употребления
- c. содержать утверждение о безвредности или полезности для здоровья человека
- d. содержать упоминание как о способе утоления жажды
- e. обращаться к несовершеннолетним, использовать их образы
- f. сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления
- g. все верно

12. Верно ли, что реклама пива может использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

- a. Да
- b. Нет

13. Из иных товаров и услуг закон закрепляет специальные требования к рекламе

- a. биологически активных и пищевых добавок
- b. продуктов детского питания
- c. продукции военного назначения и оружия
- d. услуг по заключению договоров ренты
- e. финансовых услуг и ценных бумаг
- f. основанных на риске игр, пари
- g. лекарственных средств
- h. все верно

14. Соотнесите субъектов рекламной деятельности с их определениями

1. Рекламодатель

2. Рекламопроизводитель

3. Рекламораспространитель

- a. Лицо, осуществляющее, полностью или частично, приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму
- b. Лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств

с. Изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования и/или содержание рекламы

15. Вставьте пропущенное словосочетание

— организация, обладающая обособленным имуществом, самостоятельно отвечающую этим имуществом по своим обязательствам, выступающая в гражданском обороте от своего имени.

16. Верно ли, что правоспособность юридического лица возникает в момент его создания (государственной регистрации) и прекращается в момент исключения его из Единого государственного реестра юридических лиц, а дееспособность возникает и прекращается одновременно с правоспособностью.

- a. Да
- b. Нет

Вопросы для подготовки к экзамену:

1. Предмет, задачи, значение курса « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы».
2. Система правового регулирования рекламной деятельности в РФ.
3. История правового регулирования рекламы в России.
4. Разграничение рекламы и смежных категорий.
5. Особенности рекламных правоотношений.
6. Понятие и признаки рекламы.
7. Общие требования, предъявляемые к рекламе.
8. Виды рекламы.
9. Понятие правового статуса субъектов рекламной деятельности. Организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности.
10. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности.
11. Реклама в средствах массовой информации.
12. Реклама при кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.
13. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива, напитков, изготавливаемых на его основе.
14. Правовое регулирование рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.
15. Правовое регулирование рекламы лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, в том числе методов лечения.

16. Особенности регулирования рекламы биологически активных добавок и пищевых добавок продуктов детского питания.
17. Особенности рекламы о проведении стимулирующих мероприятий. Реклама основанных на риске игр, пари.
18. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах с их использованием.
19. Правовое регулирование рекламы с участием несовершеннолетних.
20. Правовое регулирование социальной рекламы.
21. Правовое регулирование спонсорской рекламы.
22. Правовое регулирование политической рекламы.
23. Правовое регулирование наружной рекламы.
24. Понятие средств индивидуализации, Общая характеристика их правовой охраны.
25. Защита прав на средства индивидуализации.
26. Органы государственной власти, осуществляющие контроль за соблюдением законодательства о рекламе.
27. Судебные органы в регулировании рекламной деятельности.
28. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
29. Гражданско-правовая ответственность за правонарушения в сферерекламы.
30. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

Темы рефератов по дисциплине

1. Проблема юридического определения связей с общественностью.
2. Правовые основы управления информацией.
3. Информация с ограниченным доступом.
4. Защита чести, достоинства и деловой репутации юридическими средствами.
5. Права и обязанности лица, отвечающего за связи со СМИ.
6. Организационные формы взаимодействия организации с журналистами.
7. Правовые аспекты регулирования спонсорства и благотворительной деятельности.
8. Правовое обеспечение организации публичных конкурсов.
9. Понятие товарных знаков и требования, предъявляемые к ним.
10. Становление законодательства о рекламе в Российской Федерации.
11. Актуальные проблемы законодательного регулирования рекламной деятельности в РФ.
12. Закон «О рекламе»: значение, структура, основные понятия.

13. Понятие рекламы и ее основные признаки.
14. Виды ненадлежащей рекламы.
15. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.
16. Выборы в России: понятие, правовое и политико-социальное содержание.
17. Избирательный процесс в России: понятие, место в системе конституционного права.
18. Законодательное регулирование избирательного процесса.
19. Источники избирательного права: понятие и видовая классификация. Судебная практика как источник избирательного права.
20. Международные источники избирательного права.
21. Принципы избирательного права в субъективном смысле.
22. Принципы организации и проведения выборов.
23. Структура и стадии избирательного процесса: понятие, избирательные действия и процедуры.
24. Избирательные системы в России: понятие и виды, правовое регулирование.
25. Сроки в избирательном процессе. Календарь избирательных мероприятий: содержание и значение.
26. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.
27. Особенности правового регулирования наружной рекламы.
28. Недопустимая реклама в сети Internet и способы обеспечения доказательств в суде.
29. Защита несовершеннолетних в рекламе.
30. Правовые аспекты контроля над медицинской рекламой.
31. Реклама алкогольной продукции.
32. Реклама табака и табачных изделий.
33. Реклама вооружений и военной техники.
34. Реклама финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.
35. Государственный контроль в области рекламы и PR.
36. Авторское право в рекламе.
37. Правовое регулирование политической рекламы.
38. Саморегулирование рекламной деятельности.
39. Кодексы профессионального поведения в области рекламы и PR.
40. Зарубежный опыт правового регулирования рекламной и PR деятельности.

Критерии оценки (в баллах):

«Отлично» - от 100-86 баллов выставляется студенту, если есть полнота и правильность проработки ситуации, студент нашел правильное решение кейса, приведена подробная аргументация своего решения, хорошее знание теоретических аспектов решения кейса, со ссылками на

норму закона. Демонстрирует систематическое знание учебного материала, которое позволяет ему выполнять практические задания, предусмотренные программой. Способен анализировать конкретные ситуации, связанные с использованием медико-социальных, социально-педагогических и социально-психологических методов и технологий в практике социальной работы. Владеет понятийным аппаратом.

«Хорошо» - от 66-85 баллов выставляется студенту, если им найдено правильное решение кейса, приведена достаточная аргументация своего решения, определённое знание теоретических аспектов решения кейса, со ссылками на норму закона при этом проявляет умение применить теоретически знание на практике при выполнении практического задания. Однако некоторые виды заданий выполнены с ошибками или содержат незначительные недочёты.

«Удовлетворительно» - от 51-65 баллов выставляется студенту, если он демонстрирует частично правильное решение кейса, а также недостаточную аргументацию своего решения, со ссылками на норму закона. Имеет представление об технологиях социальной работы с пожилыми, но не может применить полученные знания в решении задачи.

«Неудовлетворительно» - 50 баллов выставляется студенту, если теоретическое содержание курса не освоено, что не позволяет студенту сформировать необходимые практически навыки и умения, необходимые для выполнения ситуационной задачи, а также выполненная работа содержит грубые ошибки.

7.1. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 70% и промежуточного контроля – 30%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 20 баллов,
 - участие на практических занятиях - 60 баллов,
 - выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 20 баллов.
- Промежуточный контроль по дисциплине включает:
- устный опрос – 40 баллов,
 - письменная контрольная работа - 30 баллов,
 - тестирование - 30 баллов.

Минимальное количество средних баллов по всем модулям, которое дает студенту право на положительные отметки без итоговой аттестации:

- от 51 до 65 – удовлетворительно
- от 66 до 85 – хорошо
- от 86 до 100 – отлично

Максимальное количество баллов при этом равно 100.

Итоговая оценка по дисциплине выставляется в баллах. Удельный вес итогового контроля в итоговой оценке по дисциплине составляет 30 %, среднего балла по всем модулям 70 %.

Критерии оценки знаний студентов

100 баллов – студент показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов – студент показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуждать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общехарактера.

80 баллов – студент показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов – студент показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы.

60 баллов – студент обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы семинарского занятия, не допускал в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов – студент усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов – студент знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную программой; нет систематического и последовательного

изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и категорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов – студент имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов – у студента лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл — отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Рейтинговые показатели студента определяются следующим образом:

Каждый из трёх видов учебного контроля – текущий, рубежный и итоговый – основаны на 100 бальной системе оценивания уровня усвоения студентами программного материала. В том числе каждый ответ студента на семинарском занятии, независимо от его формы, оценивается по 100 бальной шкале, а при подведении итогов выводится средний рейтинговый балл по текущему контролю.

Например, студент по первому модулю набрал за текущую работу 70 баллов (при максимумев 100 баллов), а на рубежном контроле 80 баллов (при максимумев 100 баллов). Тогда средний рейтинговый балл по первому дисциплинарному модулю составит 75 баллов ($70 \times 0,5 + 80 \times 0,5 = 75$ баллов). По второму модулю студент набрал 85 баллов. В таком случае средний балл студента по итогам изучения двух дисциплинарных модулей т.е. промежуточной аттестации(промежуточного контроля) составит 80 баллов ($75 \times 0,5 + 85 \times 0,5 = 80$).

Экзамен или итоговый контроль преследует цель оценить работу студента за курс или семестр, уровень его теоретических знаний, умение анализировать информацию, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы. Экзамен может проводиться в форме компьютерного тестирования, либо по билетам в устной или письменной форме. Ответ студента на экзамене оценивается также по 100 бальной шкале.

Учебный рейтинг студента определяется по сумме промежуточной аттестации (промежуточного контроля) и экзамена (итогового контроля). Например, студент по результатам промежуточного контроля получил 80 баллов, а на экзамене – 90 баллов. В таком случае рейтинг студента составит 85 баллов. - $80 \times 0,5 + 90 \times 0,5 = 85$.

Критерии оценивания работы на семинарских и практических занятиях, устных форм проведения контроля знаний:

1) Выделение основных понятий, характеристик, владение терминами и знание современных тенденций развития массовых коммуникаций.

2) Полнота и логичность сделанных выводов.

3) Активность обсуждения, умение вести диалог.

4) Грамотность формулировок, критичность мышления, разносторонность подходов к анализу материала.

Задание оценивается путем признания его соответствия и несоответствия

перечисленным критериям. Соответствие трем критериям из четырёх – «зачтено».

Критерии оценки работы студентов во время групповых дискуссий:

1) Активность участия в дискуссии.

2) Аргументация с использованием:

- терминов и понятий изучаемого курса, других учебных дисциплин;
- фактов современной жизни;
- фактов, демонстрирующих знания современных коммуникативных процессов;
- мнений известных исследователей, социологов, политологов, специалистов по коммуникациям и имиджу;
- ссылок на правовые источники и иные официальные документы.

3) Логичность и последовательность аргументации.

Оценивается только работа тех обучающихся, кто принимал участие в дискуссии путем признания ее соответствия и несоответствия перечисленным критериям. Соответствие двум критериям из трёх – «зачтено».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (включая самостоятельную работу)

а) адрес сайта курса

✓ Курс лекций по дисциплине « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» в разделе «Электронно-образовательные ресурсы» Дагестанского государственного университета.

✓ Учебный курс « Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы», размещенный на платформе Moodle на сайте Дагестанского государственного университета; режим доступа: <http://edu.dgu.ru/course/view.php?id=2164>

б) основная литература:

1. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минбалеев А.В.– Электрон. текстовые данные.– М.: Юриспруденция, 2016.– 223 с.– Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258807> (04.10.2021).

2. Панкратов, Ф.Г. Основы рекламы: учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 538 с. – Режим доступа – <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=362685> (04.10.2021).

3. Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39114.html>
- 4.

в) дополнительная литература:

1. Реклама и PR. Смена стратегий в новую эпоху / под ред. Е. А. Карцевой. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 201 с. : ил. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602505> (дата обращения: 20.12.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1903-8.
2. Шугерман, Д. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера : практическое пособие : [16+] / Д. Шугерман ; науч. ред. А. Назайкин ; пер. с англ. С. Кировой. – Москва : Альпина Паблишер, 2020. – 440 с. : ил. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598835> (дата обращения: 20.12.2021). – ISBN 978-5-9614-1904-7.
3. Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983>
4. Марочкина С. С. Введение в специальность : реклама / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; С.С. Марочкина; Л.М. Дмитриева; Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Электронный ресурс. - Режим доступа. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757>
5. Ершова И.В. Правовое регулирование аудиторской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: монография/ Ершова И.В., Ершов А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Юриспруденция, 2012.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8066>
6. Макарова, Т. Л. Медиатехнологии в реализации образовательных программ магистратуры социально-гуманитарного профиля / Т. Л. Макарова, С. Л. Макаров. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 168 с. : ил., табл. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612126> (дата обращения: 20.12.2021). – Библиогр.: с. 131-145. – ISBN 978-5-4499-1711-9. – DOI 10.23681/612126.
7. Синякева И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева ; О.Н. Романенкова ; Д.А. Жильцов. – М. : Юрайт, 2018. - 552 с.
8. Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для

академического бакалавриата / Л. Н. Федотова . – М. : Юрайт , 2018. - 391 с.

Нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием (12.12.1993).
2. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации».
3. Закон РФ от 8 июля 2006, № 398-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. Закон РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
5. Закон РФ от 21 июля 1993 г. № 377-ФЗ «О государственной тайне».
6. Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».
7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утверждена Президентом РФ 9 сентября 2000 г. № Пр-1895).
8. Перечень сведений конфиденциального характера (утвержден Указом Президента РФ от 6 марта 1997 г. № 188) (СЗ РФ. 1997. № 10. Ст. 1127).
9. Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне (утвержден Указом Президента РФ от 30 ноября 1995 г. № 1203).
10. Постановление Правительства РФ от 5 декабря 1991 г. № 35 «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну».
11. Всеобщая декларация прав человека (принята на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН 10 декабря 1948 г.).
12. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод от 04.11.1950 (с изм. от 13.05.2004).
13. Международный пакт о гражданских и политических правах от 16.12.1966.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Центральный официальный портал Российской Федерации – сайт «Официальная Россия», размещенный по адресу <http://gov.ru>.
2. Министерство образования и науки Российской Федерации – Режим доступа: <http://mon.gov.ru/>;
3. Научная педагогическая библиотека им. К.Д. Ушинского – Режим доступа: <http://www.gnpbu.ru>;
4. Российская государственная библиотека – Режим доступа: <http://www.rsl.ru>;
5. www.evartist.ru – электронная библиотека факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (дата обращения: 22.03.2021).;
6. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru>; <http://koob.ru>; <http://ihtik.lib.ru>; <http://elibrary.ru>;
7. Федеральный портал «Российское образование» www.edu.ru (дата обращения: 22.03.2021);
8. Образовательные ресурсы сети Интернет <http://book.kbsu.ru> (дата обращения: 22.03.2021);

9. Библиотека Гумер (гуманитарные науки) <http://www.gumer.info/> (дата обращения: 22.03.2021);
10. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/for-individuals/>;
11. НЭБ «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 22.03.2021);
12. Справочно-информационный портал www.gramota.ru(дата обращения: 22.03.2021);
13. Электронная библиотека Российской государственной библиотеки (РГБ) <http://elibrary.rsl.ru/>
14. Информационно-аналитический портал Института демографических исследований <http://demographia.ru/>
15. eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 — . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.04.2021). – Яз. рус., англ.
16. Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучением: [база данных] / Даг.гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/>(дата обращения: 22.03.2021).
17. Электронный каталог НБ ДГУ[Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 21.03.2021).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

В настоящее время политика государства в области образования нацелена на существенное повышение качества подготовки кадров. Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. Обучающийся должен быть нацелен на максимальное усвоение подаваемого лектором материала, после лекции и во время специально организуемых индивидуальных встреч он может задать лектору интересные его вопросы.

Важным является приобщение к научно-исследовательской деятельности. Процесс становления молодых ученых находится в прямой зависимости от степени их участия в ней, т.е. от предшествующего развития творческих способностей и исследовательских навыков. Большую пользу обучающимся может принести участие в проводимых научно-практических конференциях, поскольку они обеспечивают доступ к обсуждению наиболее актуальных проблем сохранения и приумножения общественного здоровья. На кафедре социальной медицины приветствуется и поощряется подготовка и публикация обучающимися научных статей.

Кафедрой организуется регулярное участие студентов в вузовских, всероссийских и международных конференциях. Участие в их работе позволяет обучающимся развить ораторское искусство, отточить профессиональное мастерство и углубить познания в области социальной медицины.

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и

эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения. При подготовке бакалавра социальной работы важны не только серьезная теоретическая подготовка, но и умение ориентироваться в разнообразных практических ситуациях, ежедневно возникающих в профессиональной деятельности. Этому способствует форма обучения в виде практических занятий.

Цели практических занятий: научить обучающихся творчески мыслить и уметь использовать в практической профессиональной деятельности полученные знания; сформировать понимание причинно-следственных связей и выработку целостного понимания сущности социально- медицинской работы.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой, нормативно-правовыми актами и материалами практики; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений. Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Работа обучающихся по подготовке к занятию должна быть выполнена письменно, по желанию – в тезисной форме. Занятия проходят в следующих основных формах: интерактива, свободного опроса обучающихся по заданным вопросам и др. Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. В вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся в пользу той или иной точки зрения, примеры из следственно-прокурорской практики, подтверждающие выдвинутые положения. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются: краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы. Независимо от того, какие методы будут использоваться преподавателем на занятиях, к предстоящему практическому занятию готовятся все обучающиеся.

11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для выполнения практических работ, проведения тренингов и выполнения тестовых заданий подготовлены печатные материалы, которые содержатся в

методической папке (кафедра гуманитарных и естественно-научных дисциплин), используются мультимедийные ресурсы кафедры и вуза.

Лекционные и семинарские занятия предполагают комплект презентационного оборудования: мультимедиа-проектор, ноутбук (или ПЭВМ).

Компьютерный класс с установленными программными средствами привлекается для проведения практических занятий и для осуществления текущего и рубежного контроля знаний студентов в форме тестирования.

Используемые программы (для подготовки и проведения занятий):

- Microsoft Office (PowerPoint, Word); Adobe Photoshop; AdobeReader; Eset NOD32 Antivirus; Etxt Antiplagiat
- Браузеры: Google Chrome, Mozilla Firefox
- Медиапроигрыватели: Media Player Classic Homecinema, WindowsMedia
- Профессиональный интерфейс Яндекс.Директ

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Специализированный лаборатории и классы, основные приборы, установки, стенды, оборудование, лицензионное программное обеспечение и т.д.

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходимы два помещения:

- ✓ лекционный зал вместимостью 100 человек, оснащенный мультимедийным оборудованием с лицензионным программным обеспечением;
- ✓ специализированный кабинет, оснащенный мультимедийным оборудованием и ноутбуком с лицензионным программным обеспечением.

Для полноценного проведения учебного процесса требуются также обучающие компьютерные программы, учебные видеофильмы, муляжи, планшеты, разработанный на основе программы курса дидактический раздаточный материал, таблицы и плакаты.