

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цветлюк Лариса Сергеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 06.05.2024 13:43:57
Уникальный программный ключ:
e4e919f04dc802624637575c97796a744138b172b88dd38f9301d8c2540974f9

**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«Институт непрерывного образования»**

Рассмотрено
на заседании кафедры экономики и управления
Зав. кафедрой



Бодрова Е.Е.
27 апреля 2024 г.



УТВЕРЖДАЮ:
Ректор АНО ВО «ИНО»

Цветлюк Л.С.
27 апреля 2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной
деятельности
для направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
профиль (направленность) «Современные коммуникации и реклама»**

Уровень бакалавриата

**Квалификация выпускника
Бакалавр**

Руководитель основной профессиональной
образовательной программы
д.и.н. Калмыков В.В.

Москва, 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» разработана Волковой М.А.

Рабочая программа учебной дисциплины **«Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»** разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования **«Реклама и связи с общественностью»**.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	4
1.1. Цель и задачи учебной дисциплины.....	4
1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.....	4
1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.....	4
2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работу обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося.....	5
3. Содержание учебной дисциплины.....	7
3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения.....	7
3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения.....	8
3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения.....	9
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине.....	10
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине.....	16
5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине....	16
5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	17
5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	19
5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы..	22
5.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	27
6. Перечень основной и дополнительной литературы для освоения учебной дисциплины.....	27
6.1. Основная литература.....	27
6.2. Дополнительная литература.....	27
7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современные профессиональные базы данных и информационные системы необходимые для освоения учебной дисциплины.....	27
8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины.....	28
9. Программное обеспечение информационно-коммуникационных технологий	29
9.1. Информационные технологии.....	29
9.2. Программное обеспечение.....	29
9.3. Информационно-справочные системы.....	29
10. Перечень материально-технического обеспечения , необходимого для реализации программы по учебной дисциплине.....	30
11. Образовательные технологии.....	30

1. Общие положения

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины раскрыть сущность и роль права как совокупности норм, регулирующих общественные отношения в сфере рекламной деятельности и в средствах массовой информации.

Задачи учебной дисциплины:

–изучение основных принципов регулирования вопросов свободы слова, информации и печати; ограничения на оборот информации, её конфиденциальность, государственная тайна, нормы, институты и судебные дела в сфере деятельности средств массовой информации в РФ;

–формирование умений применять основные положения действующего законодательства РФ, регулирующего деятельность СМИ;

–формирование навыков анализа влияния международной и отечественной судебной практики на деятельность средств массовой информации.

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы.

Дисциплина является обязательным элементом части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 ОПОП.

1.3. Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине в рамках планируемых результатов освоения основной профессиональной образовательной программы.

Процесс освоения учебной дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций: УК-2, ОПК-2, ОПК-7, ПК-1.

В результате освоения дисциплины студент должен демонстрировать следующие результаты образования:

Код компетенции	Содержание компетенции	Индикаторы достижения профессиональных компетенций
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	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта
		УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения
		УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
		УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя

		из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		УК-2.5 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
ОПК-7.	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
ПК-1.	Способен организовать продвижение продукции СМИ	ПК-1.3. Осуществляет организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ ПК-1.4. Осуществляет контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ

2. Объем учебной дисциплины, включая контактную работы обучающегося с преподавателем и самостоятельную работу обучающегося

Общая трудоемкость учебной дисциплины составляет **5** зачетных единиц.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		7	8
Аудиторные учебные занятия, всего	64	32	32
В том числе:			
Учебные занятия лекционного типа	32	16	16
Практические занятия (с использованием деловых игр)	32	16	16
Самостоятельная работа обучающихся, всего	108	72	36
В том числе:			
Самоподготовка	68	42	26
Рефераты/доклады	20	15	5
Тестирование	20	15	5

Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет, зачет с оценкой)	8	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	3/108	2/72

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
Аудиторные учебные занятия, всего	40	40
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	20	20
Практические занятия (с использованием деловых игр)	20	20
Самостоятельная работа обучающихся, всего	136	136
В том числе:		
Самоподготовка	96	96
Рефераты/доклады	20	20
Тестирование	20	20
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	180

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		8
Аудиторные учебные занятия, всего	12	12
В том числе:		
Учебные занятия лекционного типа	6	6
Практические занятия (с использованием деловых игр)	6	6
Самостоятельная работа обучающихся, всего	164	164
В том числе:		
Самоподготовка	104	104
Рефераты/доклады	30	30
Тестирование	30	30
Контроль: вид промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	4	4
Общая трудоемкость учебной дисциплины з.е./ч	5/180	180

3. Содержание учебной дисциплины

3.1. Учебно-тематический план по очной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 64 ч.

Объем самостоятельной работы – 108 ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	
7 семестр									
1	Тема 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности	13	9	4	2	2			
2	Тема 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания	13	9	4	2	2	+	+	
3	Тема 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности	13	9	4	2	2	+	+	
4	Тема 4. Свобода информации в рекламно-информационной деятельности	13	9	4	2	2	+	+	
5	Тема 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидения	13	9	4	2	2	+	+	
6	Тема 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период	13	9	4	2	2	+	+	
7	Тема 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности.	13	9	4	2	2	+	+	
8	Тема 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы	13	9	4	2	2			
		104	72	32	16	16			
Итого по 7 семестру		108	72	32	16	16			4
8 семестр									

9	Тема 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности	16	8	8	4	4			
10	Тема 10. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ	20	12	8	4	4			
11	Тема 11. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности	16	8	8	4	4			
12	Тема 12. Неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной деятельности	16	8	8	4	4			
		68	36	32	16	16			
Итого по 8 семестру		72	36	32	16	16			4
ВСЕГО ЧАСОВ		180	108	64	32	32			13

3.2. Учебно-тематический план по очно-заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 40 ч.

Объем самостоятельной работы – 136 ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов					Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов		
		Всего	Самостоятельная работа обучающегося	Контактная работа преподавателя с обучающимися			Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины		Промежуточная аттестация обучающихся
				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	
1	Тема 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности	13	11	2	1	1			
2	Тема 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания	13	11	2	1	1	+	+	
3	Тема 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности	13	11	2	1	1	+	+	
4	Тема 4. Свобода	13	11	2	1	1	+	+	

	информации в рекламно-информационной деятельности								
5	Тема 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидения	14	10	4	2	2	+	+	
6	Тема 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период	14	10	4	2	2	+	+	
7	Тема 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности.	14	10	4	2	2	+	+	
8	Тема 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы	14	10	4	2	2	+	+	
9	Тема 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности	17	13	4	2	2	+	+	
10	Тема 10. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ	17	13	4	2	2	+	+	
11	Тема 11. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности	17	13	4	2	2	+	+	
12	Тема 12. неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной деятельности	17	13	4	2	2	+	+	
		176	136	40	20	20			
ВСЕГО ЧАСОВ		180	136	40	20	20			4

3.3. Учебно-тематический план по заочной форме обучения

Объем аудиторных занятий составляет 12 ч.

Объем самостоятельной работы – 164 ч.

№ п/п	Модуль, раздел (тема)	Виды учебной работы, академических часов			Формы контроля освоения обучающимися учебной дисциплины, рейтинговых баллов	
		Всего	оательная работа	Контактная работа преподавателя с обучающимися	Текущий контроль освоения обучающимися учебной дисциплины	Промежуточная аттестация обучающихся

				Всего	Лекционного типа	Практические занятия	Тестирование	Рефераты/доклады	Зачет с оценкой
1	Тема 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности	13	12	1		1			
2	Тема 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания	13	12	1		1	+	+	
3	Тема 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности	13	12	1		1	+	+	
4	Тема 4. Свобода информации в рекламно-информационной деятельности	13	12	1		1	+	+	
5	Тема 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидения	14	13	1	1		+	+	
6	Тема 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период	14	13	1	1		+	+	
7	Тема 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности.	14	13	1	1		+	+	
8	Тема 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы	14	13	1	1		+	+	
9	Тема 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности	17	16	1	1		+	+	
10	Тема 10. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ	17	16	1		1	+	+	
11	Тема 11. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности	17	16	1	1		+	+	
12	Тема 12. неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной	17	16	1		1	+	+	

деятельности								
	176	164	12					
ВСЕГО ЧАСОВ	180	164	12	6	6			4

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Тема 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Понятие, признаки, принципы права. Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека и гражданина. Запрет цензуры. Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ: свобода слова, информации, совести. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека (1948 г.), Международного пакта о гражданских и политических правах (1966 г.), Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод (1953 г.). Основные элементы свободы массовой информации: свобода искать, получать, хранить и распространять информацию. Разграничение полномочий в сфере массовой информации между федеральными и местными органами власти. Законотворчество о СМИ в субъектах Российской Федерации. Механизм разрешения юридических коллизий. Судебная система РФ. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ. Решения высшего судебного органа Совета Европы — Европейского суда по делам о свободе информации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека и гражданина.
2. Источники права СМИ.
3. Основные элементы свободы массовой информации.
4. Разграничение полномочий в сфере массовой информации.
5. Роль Верховного и Конституционного судов в правовом регулировании деятельности СМИ.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Закон РФ «О средствах массовой информации»: общая характеристика. Основные понятия, используемые в законе. Учреждение и регистрация СМИ. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности. Договор между учредителем и редакцией. Редакционный устав, содержание и процедура принятия. Устав юридического лица. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах. Злоупотребление свободой массовой информации. Запрет использования СМИ для призывов к насильственному изменению конституционного строя и целостности государства, для возбуждения национальной, классовой, социальной или религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны. Предупреждения регистрирующего органа и порядок прекращения деятельности СМИ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Закон РФ «О средствах массовой информации».
2. Учреждение и регистрация СМИ.

3. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.
4. Злоупотребление свободой массовой информации
5. Порядок прекращения деятельности СМИ.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Дотации, налоговые и прочие льготы в первое постсоветское десятилетие. Специализированные СМИ. Субъекты правовых основ журналистики. Государственные, общественные, частные СМИ. Региональные законы о государственной поддержке средств массовой информации. Ограничение концентрации и монополизации СМИ в РФ. Прозрачность отношений собственности. Гарантии независимости редакционной политики от владельцев СМИ. Наблюдательные (попечительские) советы на радио и телевидении. Существующие ограничения учреждения и владения СМИ иностранными физическими и юридическими лицами. Законодательство о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации. Обязанность органов государственной власти и должностных лиц реагировать на критику. Доктрина информационной безопасности РФ (2016г.)

Вопросы для самоподготовки:

1. Субъекты правовых основ журналистики.
2. Государственные, общественные, частные СМИ.
3. Региональные законы о государственной поддержке средств массовой информации.
4. Гарантии независимости редакционной политики от владельцев СМИ.
5. Доктрина информационной безопасности РФ.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 4. Свобода информации в рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы. Специфика прав и обязанностей журналистов перед обществом. Право и обязанность журналистов на сохранение в тайне конфиденциальных источников информации, ответственность за распространение секретной информации. Государственная тайна. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация. Запрос информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования. Виды ответственности за непредоставление информации. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа. Особенности работы журналистов в законодательных органах власти. Отраслевое и региональное законодательство о праве на информацию. Порядок аккредитации и лишения аккредитации в государственных органах, организациях и учреждениях. Воспрепятствование законной профессиональной деятельности и прочие нарушения прав журналистов; мониторинг нарушений прав прессы, деятельность Фонда защиты гласности и других правозащитных организаций. Открытость и общедоступность государственных информационных ресурсов РФ. Собственность на информацию. Сведения, не подлежащие засекречиванию. Государственная и иные охраняемые законом тайны. Порядок отнесения сведений к государственной тайне. Понятия служебной и коммерческой тайны. Профессиональная тайна. Ограничения на деятельность журналистов в ходе вооруженных конфликтов и при чрезвычайном положении. Административная, уголовно-правовая охрана свободы информации

Вопросы для самоподготовки:

1. Специфика прав и обязанностей журналистов перед обществом.
2. Особенности работы журналистов в законодательных органах власти.
3. Открытость и общедоступность государственных информационных ресурсов РФ.
4. Государственная и иные охраняемые законом тайны.
5. Ограничения на деятельность журналистов в ходе вооруженных конфликтов и при чрезвычайном положении.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидении.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Регулирование и контроль телерадиовещания. Виды вещателей. Лицензирование, ограниченный ресурс и новые технологии. Содержание лицензии. Конкурсный порядок выдачи лицензий на эфирное телерадиовещание. Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию, ее статус и функции. Лицензирование деятельности в области связи.

Вопросы для самоподготовки:

1. Регулирование и контроль телерадиовещания.
2. Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию.
3. Лицензирование деятельности в области связи..

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Роль СМИ в исходе предвыборных кампаний. Избирательное право и законодательство о СМИ. Принцип равных права доступа к СМИ кандидатов на выборные посты. Основные положения Федерального закона «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации». Понятие и виды предвыборной агитации. Содержание агитации. Предвыборная агитация и информирование. Злоупотребление правом на проведение агитации. Общие условия проведения агитации через СМИ. Порядок предоставления бесплатного и платного времени в программах электронных СМИ. Сроки проведения агитации. Гласность в деятельности избирательных комиссий. Опубликование итогов голосования. Роль федеральных законов о референдуме, о выборах депутатов Государственной Думы и Президента РФ в определении порядка ведения предвыборных кампаний в СМИ. Порядок использования данных социологических опросов. Организация контроля за соблюдением избирательного законодательства. Роль Центризбиркома, судов. Ответственность СМИ и журналистов за нарушение права на проведение агитации.

Вопросы для самоподготовки:

1. Роль СМИ в исходе предвыборных кампаний.
2. Избирательное право и законодательство о СМИ.
3. Предвыборная агитация и информирование.
4. Порядок предоставления бесплатного и платного времени в программах электронных СМИ.
5. Ответственность СМИ и журналистов за нарушение права на проведение агитации.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Отличия физической собственности от интеллектуальной собственности. Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» (1993г.). Авторское право. Уголовный кодекс, 4-я часть. Оригинальность произведения; содержание и форма. Имущественные (материальные) и неимущественные (нематериальные, моральные) права авторов. Содержание авторского договора: способы использования произведения; срок и территория, на которую передаются права; размер или порядок определения размера авторского вознаграждения; порядок и сроки выплаты вознаграждения. Специфика субъектов авторского права на аудиовизуальное произведение (режиссер-постановщик, сценарист, композитор). Смежные права. Служебные произведения: права работодателя на их использование. Регистрация, срок охраны авторского права. Использование прав. Авторские общества. Контрафактные экземпляры. Преследование «пиратства» и плагиата. Произведения, не охраняемые авторским правом. Допустимость свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения: в личных целях, в информационных, критических, полемических, в учебных, научных и других целях. Авторское право на интервью. Авторское право на новостное сообщение. Программа телепередач и авторское право: решения Высшего Арбитражного суда РФ и Европейского суда в Люксембурге. Международные конвенции о защите авторских прав. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС). Ответственность за нарушения интеллектуальной собственности.

Вопросы для самоподготовки:

1. Отличия физической собственности от интеллектуальной собственности.
2. Авторское право.
3. Содержание авторского договора.
4. Специфика субъектов авторского права на аудиовизуальное произведение.
5. Произведения, не охраняемые авторским правом.
6. Международные конвенции о защите авторских прав..

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Реклама и свобода массовой информации. Закон «О рекламе» (2006 г.). Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламы. Ненадлежащая реклама: недобросовестная реклама; недостоверная реклама; неэтичная реклама; заведомо ложная реклама. Запрет сравнительной рекламы. Скрытая реклама. Особенности рекламы в радио-и телепрограммах. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов и медицинских услуг. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Права потребителей. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Квоты для социальной рекламы. Рекламные издания и телеканалы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Судебная практика. Ограничения на распространение рекламных

сообщений за рубежом. Допустимость сравнительной рекламы. Положения Европейской конвенции о трансграничном телевидении, регулирующие рекламу, телеторговлю и спонсорство.

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Реклама и свобода массовой информации.
- 2.Правовое регулирование рекламы.
- 3.Саморегулирование рекламной деятельности.
- 4.Права и обязанности рекламодателей.
- 5.Права потребителей.
- 6.Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Федеральное законодательство и законодательство субъектов РФ о защите общественной нравственности. Порядок формирования и деятельности местных комиссий по оценке эротического характера распространяемых в СМИ материалов. Основные положения проекта Федерального закона «О государственной защите нравственности и здоровья граждан и об усилении контроля за оборотом продукции сексуального характера». Стандарты морали и распространение сообщений и материалов «непристойного» (indecent) и «неприличного» (obscene) содержания в СМИ США. Художественная ценность как средство защиты порнографии в СМИ. Полный запрет детской порнографии в России. Ограничения на распространение в СМИ эротической и порнографической продукции.

Вопросы для самоподготовки:

- 1.Законодательство о защите общественной нравственности.
- 2.Порядок формирования и деятельности местных комиссий по оценке эротического характера распространяемых в СМИ материалов.
- 3.Ограничения на распространение в СМИ эротической и порнографической продукции.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 10. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Проблемы правового регулирования в условиях конвергенции —слияния возможностей вещания, телекоммуникаций и информационно-компьютерной технологии. Российский закон «О СМИ» об «иных средствах массовой информации». Вопросы национальной безопасности и шифрование. Нарушение компьютерного права. Правовое регулирование содержания на новых носителях в условиях «трансграничного» характера сетей: порнография, диффамация, экстремистские материалы и т.п. Регулирование использования рекламы и торговых марок. Проблемы авторского права, связанные с размещением информации на веб-страницах и созданием мультимедийных произведений. Юрисдикция национальных судов, юридический статус провайдеров Интернет-услуг. Обеспечение доказательств. «Принудительное саморегулирование». Международное сотрудничество. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями (преступлениями в киберпространстве) 2001 года. Продвижение продукции СМИ.

Вопросы для самоподготовки:

1. Компьютерное право.
2. Правовое регулирование содержания на новых носителях в условиях «трансграничного» характера сетей.
3. Регулирование использования рекламы и торговых марок.
4. Проблемы авторского права, связанные с размещением информации на веб-страницах и созданием мультимедийных произведений.
5. Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
5. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями..

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 11. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Защита от посягательств на честь, достоинство и репутацию. Обязанность журналистов проверять достоверность сообщаемой ими информации. Распространение порочащих человека сведений. Опровержение и ответ. Компенсация морального вреда. Специфика рассмотрения в судах гражданских исков о защите чести и достоинства, предъявляемых к средствам массовой информации. Защита деловой репутации. Трактовка понятий «факт и оценка (комментарий)», «сведения и мнение», «ненормативная лексика» и других. Презумпция невиновности и журналистская практика. Уголовно-правовой порядок защиты чести и достоинства. Клевета, оскорбление. Судебная практика.

Вопросы для самоподготовки:

1. Обязанность журналистов проверять достоверность сообщаемой ими информации.
2. Защита деловой репутации.
3. Презумпция невиновности и журналистская практика.
4. Уголовно-правовой порядок защиты чести и достоинства.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

Тема 12. неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной деятельности.

Перечень изучаемых элементов содержания дисциплины. Гарантии неприкосновенности частной жизни. Персональные данные. Федеральное законодательство о защите и неприкосновенности частной жизни. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников. Обстоятельства, позволяющие журналистам использовать скрытую запись согласно российскому закону о СМИ. Защита общественных интересов. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство. Судебная практика о нарушениях неприкосновенности частной жизни.

Вопросы для самоподготовки:

1. Гарантии неприкосновенности частной жизни.
2. Открытые сведения о доходах и имуществе государственных чиновников.
3. Различия прав на личную жизнь и на честь и достоинство.

Формы контроля самостоятельной работы обучающихся: проверка ответов на вопросы самоподготовки.

5. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине

5.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине.

Контрольным мероприятием промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине является зачет (очная форма обучения 7 семестр) зачет с оценкой (8 семестр), который проводится в устной форме.

5.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Код компетенции	Содержание компетенции	Результаты обучения	Индикаторы достижения профессиональных компетенций	Результаты обучения
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	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	УК-2.1. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта	Знать: основы правовых теорий.
			УК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения	Уметь: правильно применять имеющиеся правовые знания.
			УК-2.3. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы	Владеть: навыками использования правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.
			УК-2.4. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	
			УК-2.5. Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля	
ОПК-2	способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
			ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции	Уметь: учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов

	медиапродуктах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах Владеть: навыками оценки тенденций развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-7.	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать: принципы социальной ответственности
			ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью
ПК-1.	Способен организовать продвижение продукции СМИ	компоненты компетенции соотносятся с содержанием дисциплины, компетенция реализуется частично	ПК-1.3. Осуществляет организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	Знать: основные методики, способствующие увеличению продаж продукции СМИ
			ПК-1.4. Осуществляет контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Уметь: оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

5.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Этапы формирования компетенции	Инструмент, оценивающий сформированность компетенции*	Показатель оценивания компетенции
УК-2 ОПК-2 ОПК-7. ПК-1.	Этап формирования знаниевой основы компетенций (этап формирования содержательно-теоретического базиса)	Реферат*/ Доклад* Тестирование* Экзамен*	А) полностью сформирована - 5 баллов Б) частично сформирована - 3-4 балла С) не сформирована- 2 и менее баллов

	<p>компетенции) Лекционные и практические занятия по темам:</p> <p>Тема 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности</p> <p>Тема 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания</p> <p>Тема 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности</p> <p>Тема 4. Свобода информации в рекламно-информационной деятельности</p> <p>Тема 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидения</p> <p>Тема 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период</p> <p>Тема 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности.</p> <p>Тема 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы</p> <p>Тема 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности</p> <p>Тема 10. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ</p> <p>Тема 11. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности</p> <p>Тема 12. неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной деятельности</p>		
--	---	--	--

***Характеристики инструментов (средств), оценивающих сформированность компетенций:**

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. В реферате должна быть раскрыта тема, структура должна соответствовать теме и быть отражена в оглавлении, размер работы – 10-15 стр. печатного текста (список литературы и приложения в объем не входят), снабженного сносками и списком использованной литературы. Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения. Во введении обучающийся кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает цель и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования. В основной части (может состоять из 2-3 параграфов) подробно раскрывается содержание вопросов темы. В заключении должны быть кратко сформулированы полученные результаты исследования, приведены обобщающие выводы. Заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы. В список литературы обучающийся включает только те издания, которые он использовал при написании реферата (не менее 5-7). В тексте обязательны ссылки на использованную литературу, оформленные в соответствии с ГОСТом. В приложении к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

Критерии оценки реферата: 1) Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота проанализированного материала по теме; умение работать с отечественными и зарубежными научными исследованиями, критической литературой, периодикой, систематизировать и структурировать материал; г) обоснованность способов и методов работы с материалом, адекватное и правомерное использование методов классификации, сравнения и др.; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 2) Оригинальность текста: а) самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); б) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 3) Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4) Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы. б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму реферата.

Доклад – продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы. Доклад – это научное сообщение на практическом занятии, заседании научного кружка или учебно-теоретической конференции. **Критерии оценки доклада:** соответствие содержания заявленной теме; актуальность, новизна и значимость темы; аргументированность, полнота, структурированность и логичность изложения; свободное владение материалом: последовательность, умение вести дискуссию, правильно отвечать на вопросы; самостоятельность, степень оригинальности предложенных решений, иллюстративности, обобщений и выводов; наличие собственного отношения автора к рассматриваемой проблеме/теме (насколько точно и аргументировано выражено отношение автора к теме доклада); представление материала: качество презентации, оформления; культура речи, ораторское мастерство (соблюдение норм литературного

языка, правильное произношения слов и фраз, оптимальный темп речи; умение правильно расставлять акценты; умение говорить достаточно громко, четко и убедительно); использование профессиональной терминологии (оценка того, насколько полно отражены в выступлении обучающегося профессиональные термины и общекультурные понятия по теме, а также насколько уверенно выступающий ими владеет); выдержанность регламента.

Деловая и/или ролевая игра – совместная 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. **Критерии оценки:** 2 балла – репродуктивный уровень участия в деловой игре (участвующий воспроизводит предлагаемые задания); 3 балла – продуктивный уровень (участвующий предлагает свои варианты действия); 4 балла – поисково-исследовательский уровень (участвующий применяет полученную информацию в нестандартных ситуациях); 5 баллов – креативный уровень (участвующий моделирует новое видение заданной проблемы).

Тестирование – это контрольное мероприятие по учебному материалу, состоящее в выполнении обучающимся системы стандартизированных заданий, которая позволяет автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Тестирование включает в себя следующие типы заданий: задание с единственным выбором ответа из предложенных вариантов, задание на определение верных и неверных суждений; задание с множественным выбором ответов. **Критерии оценки:** от 90% до 100% правильно выполненных заданий – отлично; от 70% до 89% правильно выполненных заданий – хорошо; от 50% до 69% правильно выполненных заданий – удовлетворительно; от 0 до 49 % правильно выполненных заданий – не удовлетворительно.

Экзамен – контрольное мероприятие, которое проводится по учебной дисциплине в виде, предусмотренном учебным планом, по окончании изучения курса. Занятие аудиторное, проводится в устной или письменной форме с использованием фондов оценочных средств по учебной дисциплине.

5.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Текущая аттестация.

Темы рефератов/докладов.

1.Свобода мысли, слова и печати как неотъемлемое право человека и гражданина.

2.Источники права СМИ: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства.

3.Конституция РФ: свобода слова, информации, совести. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы.

4.Закон РФ «О средствах массовой информации».

5.Учреждение и регистрация СМИ.

6.Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.

7.Устав юридического лица. Особенности трудовых отношений в редакционных коллективах.

8.Злоупотребление свободой массовой информации.

9.Субъекты правовых основ журналистики. Государственные, общественные, частные СМИ. Специализированные СМИ.

10.Региональные законы о государственной поддержке средств массовой информации. Ограничение концентрации и монополизации СМИ в РФ.

11.Законодательство о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации. Обязанность органов государственной власти и должностных лиц реагировать на критику.

12.Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации (1994-2000 гг.).

13.Право и обязанность журналистов на сохранение в тайне конфиденциальных источников информации, ответственность за распространение секретной информации. Государственная тайна. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация.

14.Запрос информации. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования. Виды ответственности за непредставление информации.

15.Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы. Отраслевое и региональное законодательство о праве на информацию.

16.Порядок аккредитации и лишения аккредитации в государственных органах, организациях и учреждениях.

17.Воспрепятствование законной профессиональной деятельности и прочие нарушения прав журналистов; мониторинг нарушений прав прессы, деятельность Фонда защиты гласности и других правозащитных организаций.

18.Государственная и иные охраняемые законом тайны. Порядок отнесения сведений к государственной тайне. Понятия служебной и коммерческой тайны. Профессиональная тайна.

19.Регулирование и контроль телерадиовещания.

20.Лицензирование, ограниченный ресурс и новые технологии. Содержание лицензии. Конкурсный порядок выдачи лицензий на эфирное телерадиовещание.

Тестирование по учебной дисциплине «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»

Вопрос 1.В России в области регулирования СМИ существует приоритет:

- а)международного права;
- б)федеральных законов;
- в)местных подзаконных актов.

Вопрос 2.Система регистрации печатных СМИ в России имеет:

- а)разрешительный характер;
- б)лицензионный характер;
- в)заявительный характер.

Вопрос 3.Критерием свободы СМИ в демократическом обществе является:

- а)запрет цензуры;
- б)право любого гражданина стать учредителем СМИ;
- в)право любого журналиста высказывать свое мнение;

Вопрос 4.Предметом государственной тайны в России не может стать:

- а)состояние здоровья первых лиц государства;
- б)место дислокации стратегических войск;
- в)объемы золотого запаса страны.

Вопрос 5.Закон о СМИ РФ запрещает:

- а)сообщать негативные сведения о первых лицах государства;

б)разжигать национальную и религиозную рознь;

в)сообщать ошибочную информацию.

Вопрос 6. Учредителем СМИ в России не может стать:

а)государственный служащий;

б)предприниматель, владеющий каким-либо СМИ;

в)человек, не имеющий гражданства.

Вопрос 7. Отношения учредителя СМИ и журналистского коллектива регулируются:

а)постановлениями местных органов власти;

б)Уставом редакции;

в)Решениями суда.

Вопрос 8. Под цензурой закон РФ о СМИ подразумевает:

а)исправление материалов главным редактором СМИ;

б)предварительный просмотр и контроль материалов перед публикацией любым представителем не коллектива редакции;

в)согласование интервью с человеком, у которого брали интервью.

Вопрос 9. Любое СМИ в России может быть закрыто по решению:

а)местного органа самоуправления;

б)судебных органов;

в)местного законодательного органа.

Вопрос 10. Если в СМИ была помещена ложная информация, гражданин может потребовать:

а)закрытия СМИ;

б)опубликования опровержения;

в)увольнения автора публикации.

Вопрос 11. Деятельность СМИ может быть приостановлена после:

а)постоянного сообщения непроверенных фактов;

б)троекратного получения письменного предупреждения от региональных органов управления по печати о допущенном нарушении законодательства о СМИ;

в)многократных обращений граждан в органы прокуратуры.

Вопрос 12. Закон о рекламе в России запрещает:

а)рекламу презервативов;

б)рекламу спиртных напитков на телевидении;

в)рекламу товаров, произведенных акционерными обществами.

24 Вопрос. По закону РФ о рекламе ненадлежащая реклама содержит:

а)сравнение с товаром конкурентов;

б)неудачные фразы;

в)орфографические ошибки.

Вопрос 14. Конституция РФ запрещает:

а)публикацию непроверенных сведений;

б)цензуру;

в)публикацию сведений о жизни первых лиц государства.

Вопрос 15. Гражданский Кодекс РФ предусматривает наказание за распространение в СМИ:

а)непроверенных сведений;

б)клеветы;

в)сведений, порочащих представителей власти.

Вопрос 16. Продажа эротических изданий по Закону о СМИ может осуществляться:

а)только по подписке;

б)в специально отведенных местах в упакованном виде;

в)только по почте.

Вопрос 17. Журналист имеет право отказаться от выполнения задания, если:

- а) оно не соответствует его убеждения;
- б) оно связано с риском;
- в) оно связано с нарушением действующего законодательства.

Вопрос 18. Учредитель СМИ не имеет права:

- а) публиковать свои материалы в учрежденном им СМИ;
- б) предлагать публиковать рекламные материалы своих партнеров;
- в) вмешиваться в журналистский творческий процесс.

Вопрос 19. СМИ обязано бесплатно публиковать следующие сообщения учредителя:

а) официальные и другие материалы, оговоренные Уставом редакции и Договором с Учредителем;

- б) рекламу дружественных учредителю фирм;
- в) статьи, отражающие политические взгляды учредителя.

Вопрос 20. Закон РФ о государственной тайне запрещает сообщать сведения:

- а) о состоянии боеспособности армии;
- б) о произошедших катастрофах;
- в) о состоянии экологии страны.

Вопрос 21. Закон РФ о чрезвычайном положении отменяет:

- а) действие всех законов страны;
- б) свободу СМИ;
- в) право журналистов отказываться от задания, связанного с нарушением законодательства.

Вопрос 22. Нарушения в области печати преследуются:

- а) решением представителей областной и городской администрации;
- б) в административном, гражданском и уголовном порядке;
- в) решением органов управления внутренних дел.

Перечень вопросов для промежуточного контроля знаний на зачете (очная форма обучения 7 семестр):

1. Характеристика Закона РФ «О средствах массовой информации».
2. Свобода массовой информации.
3. Международные акты о СМИ.
4. Периодические печатные издания.
5. Формы продукции средств СМИ.
6. Недопустимость цензуры.
7. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.
8. Законодательство о средствах массовой информации.
9. Организация деятельности средств массовой информации.
10. Регистрация средства массовой информации.
11. Заявление о регистрации. Отказ в регистрации.
12. Прекращение и приостановление деятельности средства массовой информации.
13. Статус учредителя.
14. Статус редакции.
15. Устав редакции.
16. Статус издателя.
17. Информационные агентства.
18. Иные средства массовой информации.
19. Распространение массовой информации.
20. Выход в свет (в эфир).
21. Выходные данные.
22. Обязательные экземпляры.

23. Лицензия на вещание.
24. Аннулирование лицензии.
25. Хранение материалов радио-и телепередач.
26. Обязательные сообщения.
27. Правовое регулирование рекламы.
28. Недобросовестная реклама.
29. Ответственность за недобросовестную рекламу.
30. Право на получение информации.
31. Запрос информации.
32. Отказ и отсрочка в предоставлении информации.
33. Алгоритм действий журналиста, запрашивающего информацию из государственных информационных ресурсов.
34. Авторские произведения и письма.
35. Право на опровержение. Порядок опровержения. Основания отказа в опровержении.
36. Право на ответ.
37. Права журналиста.
38. Продвижение продукции СМИ.

Перечень вопросов для промежуточного контроля знаний на зачете с оценкой (8 семестр):

1. Характеристика Закона РФ «О средствах массовой информации».
2. Свобода массовой информации.
3. Международные акты о СМИ.
4. Периодические печатные издания.
5. Формы продукции средств СМИ.
6. Недопустимость цензуры.
7. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации.
8. Законодательство о средствах массовой информации.
9. Организация деятельности средств массовой информации.
10. Регистрация средства массовой информации.
11. Заявление о регистрации. Отказ в регистрации.
12. Прекращение и приостановление деятельности средства массовой информации.
13. Статус учредителя.
14. Статус редакции.
15. Устав редакции.
16. Статус издателя.
17. Информационные агентства.
18. Иные средства массовой информации.
19. Распространение массовой информации.
20. Выход в свет (в эфир).
21. Выходные данные.
22. Обязательные экземпляры.
23. Лицензия на вещание.
24. Аннулирование лицензии.
25. Хранение материалов радио-и телепередач.
26. Обязательные сообщения.
27. Правовое регулирование рекламы.
28. Недобросовестная реклама.
29. Ответственность за недобросовестную рекламу.
30. Право на получение информации.
31. Запрос информации.

32. Отказ и отсрочка в предоставлении информации.
33. Алгоритм действий журналиста, запрашивающего информацию из государственных информационных ресурсов.
34. Авторские произведения и письма.
35. Право на опровержение. Порядок опровержения. Основания отказа в опровержении.
36. Право на ответ.
37. Права журналиста.
38. Аккредитация.
39. Обязанности журналиста.
40. Скрытая запись.
41. Недопустимость злоупотребления правами журналиста.
42. Специальный статус журналиста.
43. Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации.
44. Распространение зарубежной информации.
45. Зарубежные корреспонденты.
46. Ответственность за нарушение законодательства о средствах массовой информации. Освобождение от ответственности.
47. Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
48. Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации.
49. Право интеллектуальной собственности: понятие, основные положения, ответственность за нарушения.
50. Возмещение морального вреда при злоупотреблении свободой массовой информации.
51. Правое регулирование Интернета.
52. Ограничения на распространение в СМИ эротической и порнографической продукции в РФ.
53. Основные положения о неприкосновенности частной жизни в РФ.
54. Мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ.
55. Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

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

Критерии оценки ответа на вопросы зачета.

Ответы обучающегося на зачете оцениваются педагогическим работником по варианту зачтено/незачтено.

«Зачтено» – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«Незачтено» - обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Критерии оценки ответа на вопросы экзамена:

Ответы обучающегося на экзамене оцениваются педагогическим работником по ***пятибалльной системе.***

«Зачтено» 5 баллов – обучающийся глубоко и прочно освоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при

видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок;

«Зачтено» 4 баллов – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий;

«Зачтено» 3 баллов – обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий;

«Незачтено» 2 баллов – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы для освоения учебной дисциплины

6.1. Основная литература.

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике : учебное пособие / Ф.И. Шарков. -3-е изд., перераб. и доп. -Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 334 с. -Библиогр.: с. 319-322. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453930>.

6.2. Дополнительная литература.

1. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499>

7. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной дисциплины.

1. <http://mon.gov.ru> – сайт Минобрнауки РФ
2. <http://www.edu.ru/> – библиотека федерального портала «Российское образование» (содержит каталог ссылок на интернет-ресурсы, электронные библиотеки по различным вопросам образования)
3. <http://www.prlib.ru> – Президентская библиотека
4. <http://www.rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека
5. <http://elibrary.rsl.ru/> – сайт Российской государственной библиотеки (раздел «Электронная библиотека»)
6. <http://elibrary.ru> – научная электронная библиотека «Elibrary»
7. <http://lib.icone.ru> - Электронно-библиотечная система АНО ВО «Институт непрерывного образования»
8. <https://uisrussia.msu.ru> Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ)
9. <http://www.rubricon.com> Рубикон. Крупнейший энциклопедический ресурс интернета
10. <http://biblioclub.ru> ЭБС Университетская библиотека

8. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины «**Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности**») предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Ее может представить преподаватель на вводной лекции или самостоятельно обучающийся использует информацию на официальном Интернет-сайте Института.

Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа заключается в следующем.

С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Подготовка к практическому занятию

При подготовке к практическому занятию следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, ознакомление с правилами техники безопасности при работе в аудитории;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа.

Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к экзамену.

К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине.

При подготовке к экзамену обратите внимание на практические задания на основе теоретического материала.

При подготовке к ответу на вопросы экзамена по теоретической части учебной дисциплины выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.).

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

9. Программное обеспечение информационно-коммуникационных технологий

9.1. Информационные технологии

1. Персональные компьютеры
2. Доступ к интернет
3. Проектор
4. Система VOTUM.

9.2. Программное обеспечение

1. Windows 7
2. LibreOffice Writer,
3. LibreOffice Calc,
4. LibreOffice
5. Impress
6. ZOOM (открытый доступ)
7. «Скайп» (открытый доступ)

9.3. Информационные справочные системы

1. Университетская информационная система РОССИЯ - <http://www.cir.ru/>
2. Электронная библиотечная система Университетская библиотека - <http://biblioclub.ru>
3. Гарант

10. Перечень материально-технического обеспечения, необходимого для реализации программы по учебной дисциплине

Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного, семинарского типа (практические	109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3,

<p>занятия), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Оснащенность</p> <ul style="list-style-type: none"> • Комплект мебели • интерактивная доска Trace Board с установленной системой интерактивного опроса Votum-11 • Монитор Panasonic • Портативный 3D видеопроектор InFocus IN 122 для презентаций 	<p>Часть нежилого помещения</p>
<p>Библиотека (читальный зал), помещение для самостоятельной работы обучающихся</p> <p>Оснащенность</p> <ul style="list-style-type: none"> • Комплект мебели • Компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС института • принтер <p>Программное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows 7 • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice • Impress • ZOOM (открытый доступ) • ЭПС «Система Гарант» • ЭБС «Университетская библиотека онлайн» 	<p>109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся. Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования</p> <p>Комплект мебели</p> <ul style="list-style-type: none"> • Компьютеры с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в ЭИОС института • принтер <p>Программное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Windows 7 • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice • Impress 	<p>109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения</p>
<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (практические занятия), курсового проектирования (выполнение курсовых работ),</p>	<p>109542, г. Москва, Рязанский проспект, 86/1, стр.3, этаж 3, Часть нежилого помещения</p>

<p>групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p> <p>Комплект мебели</p> <ul style="list-style-type: none"> • Переносные компьютеры (нетбуки Asus -11 шт.) • Комплект демонстрационных материалов <p>Программное обеспечение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • LibreOffice Writer, • LibreOffice Calc, • LibreOffice • Impress • ZOOM (открытый доступ) • «Скайп» (открытый доступ) 	
---	--

11. Образовательные технологии

При реализации учебной дисциплины **«Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»** применяются различные образовательные технологии.

Освоение учебной дисциплины **«Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»** предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения учебных занятий в форме дискуссии, разбора конкретных ситуаций и практических задач в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.