

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Хоружий Людмила Ивановна
Должность: Директор института экономики и управления АПК
Дата подписания: 19.05.2023 13:32:03
Уникальный идентификатор документа: 1e90b132c9b0b015dddf2cb1a608



МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ –
МСХА имени К.А. ТИМИРЯЗЕВА»
(ФГБОУ ВО РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязев)

Институт экономики и управления АПК
Кафедра правоведения



УТВЕРЖДАЮ
Директор института экономики
и управления АПК
проф. Л.И. Хоружий
« 19 » *августа* 20*22* г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.04 СОВРЕМЕННОЕ РОССИЙСКОЕ И ЗАРУБЕЖНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

для подготовки магистров

ФГОС ВО

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Стратегические коммуникации в условиях цифровизации

Курс 2

Семестр 3

Форма обучения очная

Год начала подготовки 2022

Москва, 2022

Разработчик:

Биткова Л.А., к.ю.н., доцент _____ «30» июня 2022 г.

Рецензент:

Николаева Е.С., к.ю.н., доцент _____ «30» июня 2022 г.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО, профессиональных стандартов и учебного плана по направлению 42.04.01 Реклама и связи с общественностью 2022 года начала подготовки.

Программа обсуждена на заседании кафедры правоведения

Протокол № 15 от 30.06 2022 года.

И.о. зав. кафедрой Л.А. Биткова., к.ю.н., доцент

_____ «30» июня 2022 г.

Согласовано:

Председатель учебно-методической комиссии

Института экономики и управления АПК _____ А.Ф.Корольков,
к.э.н., доцент «30» 06 2022г.

Протокол № 10 от 30.06 2022г

И.о.заведующего выпускающей
кафедрой связей с общественностью
и речевой коммуникации

_____ Гнездилова Е.В., к.ф.н.
« » _____ 2022г.

/Заведующий отделом комплектования ЦНБ _____

_____ Ерилова Я.В.

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ	4
1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	5
3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	6
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.1 РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ	
4.2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
4.3 ЛЕКЦИИ /ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	9
5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	12
6. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	13
6.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	13
ПРИМЕРНЫЙ ТЕСТ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТА) ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
6.2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ОПИСАНИЕ ШКАЛОЦЕНИВАНИЯ	
17	
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	20
7.1 ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА	20
7.2 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА	20
7.3 НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ	20
7.4 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ, РЕКОМЕНДАЦИИ И ДРУГИЕ МАТЕРИАЛЫ К ЗАНЯТИЯМ .228. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ	22
9. БАЗЫ ДАННЫХ, ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ И ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ.....	23
10. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	23
11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ СТУДЕНТАМ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	24
12. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	26

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины Б1.О.01.04
«Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и
связях с общественностью» для подготовки магистров по направлению
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», направленности
«Стратегические коммуникации в условиях цифровизации»

Цель освоения дисциплины:

Формирование у обучающихся компетенций, обеспечивающих:

- способность принимать профессиональные решения, анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

- способность студентов к практической деятельности в конкретных правовых ситуациях, творческому решению возможных правовых проблем, связанных с реализацией правовых принципов и норм различных отраслей права с применением современных цифровых инструментов.

Изучение теоретических основ законодательного регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом, формирование умений выявлять особенности правовых норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях, а также формирование навыка использования основ правовых знаний в сфере своей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в учебном плане: дисциплина включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к результатам освоения дисциплины: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5.1; ОПК- 5.2.

Краткое содержание дисциплины:

Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины: 72 часа/ 2зач. ед.

Промежуточный контроль: зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» является формирование у обучающихся компетенций, обеспечивающих:

- способность принимать профессиональные решения, анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

- способность студентов к практической деятельности в конкретных правовых

ситуациях, творческому решению возможных правовых проблем, связанных с реализацией правовых принципов и норм различных отраслей права с применением современных цифровых инструментов.

Освоение дисциплины осуществляется в ходе аудиторных занятий (лекционных и практических) и дополняется самостоятельной работой студентов, во время которых они изучают нормативно-правовые акты, правоприменительную практику, основную и дополнительную литературу, готовятся к практическим занятиям и различным формам отчетности.

2. Место дисциплины в учебном процессе

Учебная дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» включена в обязательную часть учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» реализуется в соответствии с требованиями ФГОС ВО, ОПОП ВО и Учебного плана по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» базируется на знаниях, полученных в процессе освоения правовых дисциплин, изучаемых в рамках ОПОП ВО (бакалавриат, специалитет).

Дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» является основополагающей для следующих дисциплин: «Стратегические коммуникации в сфере АПК», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью».

В своей профессиональной деятельности журналист, специалист по связям с общественностью и рекламе постоянно вступает в правоотношения, связанные с получением, сбором и распространением информации, а также с правовой защитой интеллектуальной собственности. Поэтому таким специалистам важно приобретение глубоких знаний о правовых основах профессиональной коммуникационной деятельности.

Особенностью дисциплины является то, что она посвящена современным тенденциям правового регулирования таких видов прикладных коммуникаций, как связи с общественностью и реклама, складывающимся на российском уровне, так и в зарубежном законодательстве. Такие интегрированные знания, умения и навыки помогут будущим профессионалам решать на высоком уровне поставленные задачи в сфере рекламы и PR, причем, как на национальном, так и на международном уровне, позволят ориентироваться в правовых нормах, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

Рабочая программа дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается индивидуально с учетом

особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Требования к результатам освоения учебной дисциплины

п/п	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Индикаторы компетенций	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
				знать	уметь	владеть
	ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Выявляет особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	специфику правового регулирования и систему национальных и международных актов, регулирующих отношения в сфере PR и рекламы, их содержание	Ориентироваться в действующем законодательстве в сфере PR и рекламы, в том числе с помощью электронных справочных правовых систем (Консультант Плюс, Гарант, Кодекс, Lexpro, Законодательство России, Судакт, официального портала правовой информации (pravvo.gov.ru))	Юридической и специальной терминологией, навыками работы с нормативными документами, справочными правовыми системами

		ОПК-5.2 При принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов использует выявленные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	Требования к рекламе, ее оформлению и размещению, нормативные требования к разработке и продвижению коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью, ответственность за их нарушение	оценивать факты и явления профессиональной деятельности с этической и правовой точек зрения, определять их общественную значимость; высказывать свою точку зрения со ссылкой на нормативный акт; применять правовые нормы в конкретных профессиональных ситуациях;	навыками подготовки проектов правовых актов в профессиональной сфере, текстов рекламы; служебной документации, навыками поиска правовой информации посредством электронных ресурсов (поисковых сайтов, официальных сайтов государственных органов, справочных правовых систем и порталов)
--	--	--	---	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ и семестрам представлено в таблице 2.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоёмкость	
	час.	В т.ч. по семестрам
		№3
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	72	72
1. Контактная работа:	16,25	16,25
Аудиторная работа	16,25	16,25
<i>в том числе:</i>		
<i>лекции (Л)</i>	4	4
<i>практические занятия (ПЗ)</i>	12	12
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25	0,25
2. Самостоятельная работа (СРС)	55,75	55,75

самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, подготовка реферата и т.д.)	46,75	46,75
Подготовка к зачёту (контроль)	9	9
Вид промежуточного контроля:	зачёт	

4.2. Содержание дисциплины

Тематический план учебной дисциплины

Таблица 3

Наименование тем дисциплин	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа СР
		Л	ПЗ/С	КРА	
Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	36	2	6		28
Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	35,75	2	6		27,75
<i>контактная работа на промежуточном контроле (КРА)</i>	0,25			0,25	
Всего за 3 семестр	72	4	12	0,25	55,75
Итого по дисциплине	72	4	12	0,25	55,75

Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу

Государственная политика в сфере рекламы и связей с общественностью: элементы и основные направления. Субъекты, реализующие государственную политику в сфере рекламы и связей с общественностью, их полномочия. Уровни и формы правового регулирования рекламной и информационной сферы.

Соотношение международного и национального правового регулирования рекламной и коммуникационной сферы.

Положения Конституции Российской Федерации о свободе слова и о праве на информацию.

Нормативные положения о рекламе и связях с общественностью, содержащиеся в федеральных нормативных актах. Положения Гражданского кодекса РФ об интеллектуальных правах и правах на средства индивидуализации в рекламе и связях с общественностью. Общая характеристика Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», его структура и содержание. Общая характеристика Федерального закона «О средствах массовой информации», его структура и содержание. Общая характеристика Федерального

закона «О рекламе», его структура и содержание. Общая характеристика Федерального закона «О государственной тайне», его структура и содержание. Общая характеристика Федерального закона «О персональных данных», его структура и содержание. Другие федеральные законы.

Акты Президента РФ и Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти, регулирующие общественные отношения в сфере рекламы и связей с общественностью.

Акты субъектов РФ, регулирующие общественные отношения в сфере рекламы и связей с общественностью. Муниципально-правовые акты, регулирующие отношения в сфере рекламы и связей с общественностью. Локальные акты в системе правового регулирования рекламы и связей с общественностью.

Система и виды контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью.

Понятие и виды юридической ответственности за нарушения требований законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью.

Значение актов судебных органов для правового регулирования рекламы и связей с общественностью.

Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью

Основные международно-правовые акты, регулирующие право человека на информацию, доступ информации, касающийся деятельности СМИ: их общая характеристика. Международный кодекс рекламной практики.

Содержание Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 года.

Резолюция Генеральной ассамблеи ООН № 39/248 от 9.04.1985, закрепившая права потребителей на безопасность товара, информацию, выбор товара, выражение своих интересов, удовлетворение основных потребностей, возмещение ущерба, потребительское образование, здоровую окружающую среду.

Общие и специальные требования к рекламе в законодательстве Европейского Союза. Европейская конвенция о трансграничном телевидении. Британский Кодекс рекламной деятельности и Британский кодекс деятельности по продвижению товара («сейлз промоушн»).

Нормативное регулирование рекламы и PR-деятельности в США и других странах англо-саксонской правовой системы.

Особенности правового регулирования рекламы и PR-деятельности в Китае.

Законодательство о рекламе стран СНГ.

Вопросы правоприменения законодательства о рекламе и связях с общественностью в зарубежных странах. Полномочия Совета Европы и Европейского суда по правам человека по защите прав в сфере рекламы и связей с общественностью. Порядок рассмотрения споров участников коммуникационных отношений в зарубежных странах.

4.2 Лекции /практические занятия

Таблица 4

Содержание лекций /практических занятий и контрольные мероприятия

п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формиру емые компетен ции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	Лекционное занятие № 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	ОПК-5.1 ОПК-5.2		2
		Практическое занятие № 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, тестирование, проверка выполненных заданий	2
		Практическое занятие № 2. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, проверка выполненных заданий, защита рефератов	2
		Практическое занятие № 3. Система национальных нормативных актов,	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, проверка выполненных	2

п/п	№ темы	№ и название лекций/ практических занятий	Формиру емые компетен ции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
		регламентирующих связи с общественностью и рекламу		заданий, решения задач, защита рефератов	
	Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	Лекционное занятие № 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1 ОПК-5.2		2
		Практическое занятие № 4. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, проверка выполненных заданий, защита рефератов	2
		Практическое занятие № 5. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, проверка выполненных заданий, защита рефератов	2
		Практическое занятие № 6. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Опрос, проверка выполненных заданий, защита рефератов, тестирование	2

Перечень вопросов для самостоятельного изучения дисциплины

п/п	№ раздела и темы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения
	<p>Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламе</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Правовое регулирование политических компаний в Российской Федерации. 2. История становления рекламной и PR-деятельности в России и ее правового регулирования. 3. Налоговое регулирование рекламной деятельности. 4. Судебная практика по делам о нарушении законодательства о рекламе и связях с общественностью. 5. Проблемы выявления и фиксации правонарушений в сфере рекламы и связей с общественностью в сети «Интернет». 6. Проблемы правового регулирования лоббизма в России. 7. Правовой режим конфиденциальной информации в Российской Федерации, правовые последствия его нарушения. 8. Регулирование со стороны крупных корпоративных систем и саморегулирование в сфере рекламы и связей с общественностью. <p>ОПК-5.1; ОПК-5.2</p>
	<p>Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Факторы, влияющие на необходимость международно-правового регулирования связей с общественностью в современных условиях. 2. Правовое регулирование ответственности за нарушение законодательства о рекламе и связях с общественностью в зарубежных странах. 3. Органы контроля и надзора зарубежных стран в сфере рекламы и связей с общественностью, их полномочия. 4. Судебная практика зарубежных стран по делам о нарушении законодательства о рекламе и связях с общественностью. <p>ОПК-5.1; ОПК-5.2</p>

5. Образовательные технологии

В процессе обучения по дисциплине «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» применяется компетентностный подход, который акцентирует внимание на результате образования. В качестве результата образования выступает способность выпускника действовать в правовых ситуациях различного характера, а не сумма усвоенной правовой информации. Используемые в процессе обучения дисциплине «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» образовательные технологии, направлены оптимизацию и на повышение эффективности учебной работы студента в целях формирования у него необходимых конечных результатов обучения, т.е. компетенций.

Для достижения поставленных целей изучения дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» используются традиционные и нетрадиционные образовательные технологии, при этом основными видами занятий являются лекции и практические занятия, в том числе с использованием активных и интерактивных форм проведения занятий. Эти формы сочетаются с самостоятельной работой студента в целях закрепления и развития полученных знаний. Возможно проведение встреч с представителями правозащитных организаций, привлечение специалистов и др.

Таблица 6

Применение активных и интерактивных образовательных технологий

п/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
.	Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	Л № 1
.	Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу	ПЗ № 1
.	Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с	ПЗ № 4

/п	Тема и форма занятия	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий
	общественностью	
	Тема 2. Зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью	ПЗ № 6 Подготовка обращения в Европейский суд по правам человека по поводу защиты прав в сфере рекламы и связей с общественностью

6. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины

6.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности

Примерные вопросы для устного и/или письменного опроса

Практическое занятие № 1

1. Государственная политика в сфере рекламы и связей с общественностью: элементы и основные направления.

2. Субъекты, реализующие государственную политику в сфере рекламы и связей с общественностью, их полномочия.

Практическое занятие № 2

1. Соотношение международного и национального правового регулирования рекламной и коммуникационной сферы.

2. Конституционные положения о свободе слова и о праве на информацию.

3. Нормативные положения о рекламе и связях с общественностью, содержащиеся в федеральных нормативных актах.

4. Акты Президента РФ и Правительства РФ, федеральных органов исполнительной власти, регулирующие общественные отношения в сфере рекламы и связей с общественностью.

5. Акты субъектов РФ, регулирующие общественные отношения в сфере рекламы и связей с общественностью.

6. Муниципально-правовые акты, регулирующие отношения в сфере рекламы и связей с общественностью.

7. Локальные акты в системе правового регулирования рекламы и связей с общественностью.

Практическое занятие № 3

1. Система и виды контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Понятие и виды юридической ответственности за нарушения требований законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Значение актов судебных органов для правового регулирования рекламы и связей с общественностью.

Практическое занятие № 4

1. Основные международно-правовые акты, регулирующие право человека на информацию, доступ информации, касающийся деятельности СМИ: их общая характеристика.

2. Общие и специальные требования к рекламе в законодательстве Европейского Союза.

Практическое занятие № 5

1. Нормативное регулирование рекламы и PR-деятельности в США и других странах англо-саксонской правовой системы.

2. Особенности правового регулирования рекламы и PR-деятельности в Китае.

Практическое занятие № 6

1. Вопросы правоприменения законодательства о рекламе и связях с общественностью в зарубежных странах.

2. Полномочия Совета Европы и Европейского суда по правам человека по защите прав в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Порядок рассмотрения споров участников коммуникационных отношений в зарубежных странах.

Примерная тематика рефератов

1. Связи с общественностью в системе государственной власти и управления: вопросы правового регулирования.

2. Правовые основы деятельности средств массовой информации в России и за рубежом: сравнительная характеристика.

3. Рекламное законодательство России и зарубежных стран: сравнительная характеристика.

4. Актуальные вопросы развития российского законодательства о рекламе.

5. Реклама и защита интеллектуальной собственности в России: правовые аспекты.

6. Реклама и конфиденциальная информация: вопросы правового регулирования в России.

7. Реклама и конфиденциальная информация: вопросы правового регулирования в зарубежных странах.

8. Правовые основы организации рекламного агентства (отдела) в зарубежных странах (на примере конкретной зарубежной страны).

9. Правовые основы организации PR-агентства (отдела) в зарубежных странах (на примере конкретной зарубежной страны).

10. Правовое регулирование политических компаний в Российской Федерации и за рубежом: сравнительная характеристика.

11. Саморегулирование в области деловых коммуникаций и СМИ в России: правовые аспекты.

12. Правовое регулирование юридической ответственности за нарушение законодательства о рекламе и связях с общественностью в зарубежных странах: сравнительная характеристика.

13. Правовое регулирование юридической ответственности за нарушение

законодательства о рекламе и связях с общественностью в России.

14. Органы контроля и надзора зарубежных стран в сфере рекламы и связей с общественностью, их полномочия.

15. История становления рекламной и PR-деятельности и ее правового регулирования в России и за рубежом: сравнительная характеристика.

Примеры тестовых заданий (по теме 1)

Необходимо выбрать единственный, наиболее полный ответ.

1) Форма государства как объективная реальность и как понятие включает:

А) форму правления, форму государственного устройства, политический режим;

Б) приемы и методы осуществления государственной власти;

В) производственные отношения и производительные силы;

Г) совокупность идеологических отношений, взглядов и учреждений.

2) Конституцией РФ установлена форма правления...

А) президентская республика;

Б) конституционная монархия;

В) монархия;

Г) республиканская.

3) Право, регулирующее деятельность суда, прокуратуры, органов следствия и дознания по рассмотрению и расследованию уголовных дел, называется....

А) административным;

Б) уголовно-процессуальным;

В) уголовным;

Г) государственным.

4) Вправе ли граждане России иметь землю в частной собственности?

5) А) вправе;

Б) не вправе;

В) вправе, если условия и порядок пользования землей определены на основе федерального закона.

Г) все ответы правильные.

6) Подберите надлежащее понятие к следующему определению: «Правило поведения, регулирующее отношение между людьми»:

А) приказ;

Б) социальная норма;

В) индивидуальное предписание;

Г) договор.

Примеры типовых задач (проблемных ситуаций)

Тема 1. Система национальных нормативных актов, регламентирующих связи с общественностью и рекламу

Ответы должны быть аргументированы, то есть содержать ссылки на конкретные статьи действующих нормативных правовых актов.

Проблемная ситуация № 1.

16 декабря 2018 года вышел очередной номер популярного журнала «Здоровье». В журнале на правах рекламы была опубликована статья о наркотическом препарате, используемом при лечении психического расстройства.

Возможно ли привлечение к административной ответственности в этой ситуации: кого и в каком порядке?

Проблемная ситуация № 2.

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы субъекта РФ был установлен факт распространения рекламы натяжных потолков с текстом:

«Натяжные потолки. Гардины, светильники в подарок. Пожалуй, самые низкие цены. Н. город, 18/05, 2 эт. «Сфера Уюта», Наш сайт: www.SFERA16.ru», которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами в газете «Единство» № 51 91228) от 24 декабря 2018 года.

Имеются ли признаки нарушения законодательства о рекламе? Если да, то как и кого следует привлечь к ответственности?

Примерный тест для проведения промежуточной аттестации (зачета) по дисциплине

Тест 1

1. Сколько существует степени секретности согласно закону «О государственной тайне»

- а) Три
- б) Две
- в) Четыре
- г) Одна

2. Режим коммерческой тайны не может быть установлен лицами:

- а) осуществляющими государственную деятельность
- б) осуществляющими предпринимательскую деятельность
- в) осуществляющими научную деятельность

3. Коммерческая тайна – это...

а) Режим конфиденциальности информации, позволяющий её обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неорганизованных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ услуг или научить иную коммерческую выгоду.

- б) неразгаданное, незаконное, скрываемое от другого человека событие.
- в) Скрытая причина явления.

4. Режим коммерческой тайны считается установленным после:

- а) Принятия обладателем информации составляющей коммерческую тайну.
- б) Отказа обладателем от информации составляющей коммерческую тайну.

5. Какая ответственность предусмотрена за разглашение (умышленное или неосторожное), а также за незаконное использование информации составляющей коммерческую тайну:

- а) дисциплинарная
- б) гражданско-правовая

- в) административная
- г) уголовная
- д) материальная
- е) все ответы верны

6. Какие сведения не могут составлять коммерческую тайну:

- а) о размерах и структуре доходов коммерческих организаций
- б) результаты интеллектуальной деятельности
- в) ноу-хау
- г) производственные сведения

7. К основным принципам защиты прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при проведении государственного контроля относят:

- а) непревышение установленных сроков при проведении контроля;
- б) требование предоставления образцов продукции для проведения их исследования;
- в) недоступность для предпринимателей нормативно-правовых актов;
- г) соблюдение международных договоров.

8. Коммерческие организации создаются в форме:

- а) потребительских кооперативов;
- б) государственных и муниципальных унитарных предприятий;
- в) общественных и религиозных организаций;
- г) благотворительных и иных фондов.

9. Основным признаком предпринимательской деятельности является:

- а) направленность на систематическое получение прибыли;
- б) любая деятельность, направленная на получение прибыли;
- в) действие, связанное с разовым получением прибыли;
- г) деятельность, приводящая к получению разовых доходов в качестве побочных заработков.

10. 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 – это...

- а) Товар
- б) Информация
- в) Реклама
- г) Письмо

6.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Проверка успеваемости обучающихся осуществляется с использованием традиционной шкалы оценивания: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценочные материалы для контроля сформированности компетенций, а также критерии оценки содержатся в документе - Оценочные материалы по дисциплине.

Текущий контроль (проверка) проводится регулярно на всех видах групповых занятий и имеет цель получать оперативную информацию о текущей успеваемости. Методами традиционного контроля являются устный и письменный опросы; контрольная групповая беседа (дискуссия); проверка домашних заданий; ответы на вопросы, поставленные для самоконтроля; решение письменных и устных задач по теме занятий; тестирование; выступление с докладом (сообщением); подготовка рефератов по теме и их защита и т.п.

Реферат – это письменная работа или выступление по определенной теме, в котором собрана информация из одного или нескольких источников. Темы рефератов предлагаются преподавателем, ведущим занятия, однако инициатива может исходить и от студента, и должны быть посвящены актуальным в теоретическом и практическом отношении вопросам по учебной дисциплине. В течение семестра каждый студент должен подготовить 1 реферат.

Доклад (сообщение) – это один из видов монологической речи, публичное, развернутое сообщение по определенному вопросу, основанное на привлечении документальных данных. Цель доклада – передача информации от студента аудитории. Отличительной чертой доклада является использование документальных источников, которые ложатся в основу устного или письменного сообщения. Тема доклада указывается в плане проведения занятия и должна быть либо заглавной в проблематике всего практического занятия, либо дополнять содержание основных учебных вопросов, либо посвящаться обзору какой-либо публикации, статистического материала и т.д., имеющих важное значение для раскрытия обсуждаемых вопросов практического занятия и формирования необходимых компетенций выпускника. По каждой теме дисциплины могут быть подготовлены 2-3 доклада, они указываются в методических рекомендациях для подготовки к практическим занятиям.

Тестирование – это форма измерения теоретических знаний студентов, которая используется для проверки качества самостоятельной работы студентов в ходе освоения дисциплины. Тест состоит из вопросов и предлагаемых кратких формулировок возможных ответов на вопросы.

Тестовые задания могут иметь различные структуры, в том числе: с одним или несколькими вариантами верного ответа, содержать отрывок вопроса, задание на сопоставление, задание на установление верной последовательности.

Ситуационные задачи - представляют собой спорную проблемную ситуацию по применению конкретных норм административного права. Студенту необходимо ответить на поставленные в задаче вопросы, на основе анализа рекомендуемых нормативных правовых актов. Решение задачи - это поиск нормы права, оптимально отвечающей и разрешающей фактическую ситуацию. Приобретенные в процессе решения задач знания и навыки способствуют формированию профессиональных компетенций у студентов. При устном разборе решения задачи студент должен аргументировать свой вариант ответа со ссылками на действующие правовые нормы, решения судебных органов, материалы правоприменительной практики.

Рубежный контроль проводится в середине семестра (в рамках контрольной недели) с целью проверки и коррекции хода освоения теоретического материала и практических умений и навыков в рамках практического занятия по теме № 1.

Все виды учебных работ должны быть выполнены в установленные сроки, в случае невыполнения задания в установленный срок оценка может быть снижена на 1 балл.

Промежуточная аттестация проводится в конце семестра (в рамках зачетной недели) в форме **зачёта**. На основании текущего контроля обучения преподавателем принимается решение о допуске студента к зачету.

Зачёт служит формой проверки, в первую очередь, выполнения и усвоения студентами учебного материала лекционных и практических занятий.

Результаты зачета оцениваются как «зачтено» и «не зачтено».

Основным методом проведения зачета выступает тестирование. Тест содержит 20 вопросов по всему пройденному материалу, каждый правильный ответ составляет 2 балла. Ответ по тестам оценивается исходя из суммы 40 баллов:

- 24 и менее баллов – не зачтено;
- 26-40 баллов - зачтено.

Студент считается допущенным к зачету при наличии успешных ответов на практических занятиях, по результатам выполненных работ, рефератов и отсутствия занятий, пропущенных по неуважительной причине и неотработанных до начала зачетной недели.

При выполнении всех указанных требований и за активность в процессе обучения студенту по усмотрению преподавателя может быть проставлена отметка «зачтено» без сдачи итогового тестирования.

В остальных случаях для допуска к зачету студент обязан в период до зачетной недели ликвидировать имеющиеся неотработанные задолженности по дисциплине и устно ответить на вопросы преподавателя по всему курсу.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Ульбашев, А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : учебник для вузов / А. Х. Ульбашев. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10581-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/517725>
2. Биткова, Л. А. Правовое регулирование маркетинговой деятельности : учебное пособие для вузов / Л. А. Биткова, Н. Ю. Приходько, Д. В. Тропина. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-8114-9070-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/184046>
3. Дорский, А. Ю. Правовое регулирование рекламной деятельности и связей с общественностью : учебное пособие / А. Ю. Дорский. — Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-288-05937-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/123660>
4. Право интеллектуальной собственности. Международно-правовое регулирование : учебное пособие для вузов / И. А. Близнац [и др.] ; под редакцией И. А. Близнаца,

В. А. Зимина ; ответственный редактор Г. И. Тыцкая. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 252 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05063-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515150>

7.2 Дополнительная литература

1. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Поляковой, А. А. Стрельцова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03600-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511239>

2. Интеллектуальная собственность в агробизнесе [Текст]: учебное пособие / О. А. Моисеева; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева. - Москва: РГАУ-МСХА им. К. А. Тимирязева, 2015. – 130 с.

3. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Текст] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К : Альтехсофт, 2014. – 332с.

4. Корякин В.М. Гражданское право в схемах. Общая часть[Текст]: учебное пособие / В. М. Корякин. - Москва : Проспект , 2020. - 183 с.

7.3.Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года.

2. Европейская конвенция о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 года.

3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ.

4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ.

5. Земельный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья): Федеральный закон от 26 ноября 2001 г. № 146-ФЗ.

7. Жилищный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2004 г. № 188-ФЗ.

8. Водный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 3 июня 2006 г. № 74-ФЗ.

9. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ.

10. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая): Федеральный закон от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ.

12. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: Федеральный закон от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ.
13. О средствах массовой информации: Закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. № 2124-1.
14. О защите прав потребителей: Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1.
15. О государственной тайне: Закон РФ от 21 июля 1993 № 5485-1.
16. О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции: Федеральный закон от 22 ноября 1995 № 171-ФЗ.
17. О рынке ценных бумаг: Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ.
18. О наркотических средствах и психотропных веществах: Федеральный закон от 08 января 1998 № 3-ФЗ.
19. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ.
20. О коммерческой тайне: Федеральный закон от 29 июля 2004 г. № 98-ФЗ.
21. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 94-ФЗ.
22. О рекламе: Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ.
23. Об информации, информационных технологиях и о защите информации: Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ.
24. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.
25. О персональных данных: Федеральный закон от 27 июля 2006 № 152-ФЗ.
26. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ.
27. О саморегулируемых организациях: Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. № 315-ФЗ.
28. Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации: Федеральный закон от 22 декабря 2008 № 262-ФЗ.
29. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: Федеральный закон от 09 февраля 2009 № 8-ФЗ.
- Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака: Федеральный закон от 23 февраля 2013 № 15-ФЗ.
30. Об особенностях правового регулирования отношений в области средств массовой информации в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя: Федеральный закон от 01 декабря 2014 № 402-ФЗ.
31. О безопасности критической информационной инфраструктуры Российской Федерации: Федеральный закон от 26 июля 2017 № 187-ФЗ.
32. Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о

рекламе: Постановление Правительства РФ от 17 августа 2006 № 508.

33. Об утверждении Положения о государственном надзоре в области рекламы: Постановление Правительства РФ от 20 декабря 2012 № 1346.

34. О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»: Постановление Пленума ВАС РФ от 08 октября 2012 № 58.

7.4. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

- Методические указания для практических занятий (в УМКд)
- Методические указания для подготовки, написания и защиты рефератов по дисциплине (в УМКд).
- Тестовые задания по дисциплине (в УМКд).

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

Официальный сайт Президента РФ // URL: <http://www.kremlin.ru/>

Официальный сайт Совета Федерации Федерального Собрания // URL: <http://www.council.gov.ru/>

Официальный сайт Государственной Думы Федерального Собрания // URL: <http://www.duma.ru/>

Официальный сайт Правительства РФ // URL: <http://www.government.gov.ru/>

Официальный сайт Конституционного Суда РФ // URL: <http://www.ksrf.ru/>

Официальный сайт Общественной палаты РФ // URL: <http://www.oprf.ru/>

Официальный сайт Европейского суда по правам человека // URL: <http://www.echr.ru/>

Официальный сайт Счетной палаты РФ // URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/>

Официальный сайт Уполномоченного по правам человека в РФ // URL: <https://ombudsmanrf.org/>

Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы РФ // URL: <http://www.fas.gov.ru/>

Официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности РФ // URL: <http://www.rupto.ru/>

Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ // URL: <http://mcsx.ru/>

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) // URL: <http://wciom.ru/>

9. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

- www.consultant.ru - Справочная правовая система «КонсультантПлюс».
- www.garant.ru - Справочная правовая система «Гарант».
- www.kodeks.ru – Правовая система «Кодекс».
- www.pravo.ru – сайт «Право.ру»

Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование раздела учебной дисциплины (модуля)	Наименование программы	Тип программы	Год разработки
1	Все темы дисциплины	<u>Microsoft Word</u>	Текстовый процессор	2016-2021
2	Все темы дисциплины	<u>Microsoft PowerPoint</u>	Программа подготовки презентаций	2016-2021
3	Все темы дисциплины	Microsoft Excel	Табличный процессор	2016-2021
4	Все темы дисциплины	Яндекс.Телемост	Сервис видеоконференций	2020-2021
5	Все темы дисциплины	Webinar Meetings	Сервис видеоконференций	2020-2021
6	Все темы дисциплины	Программные продукты Google	Формы, таблицы	2020-2021

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

- аудиторный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева: специализированные аудитории, оснащенные спецоборудованием для проведения лекционных занятий (средства мультимедиа) и для проведения практических занятий (средства мультимедиа или компьютерные классы с доступом к сети Интернет, информационным базам данных для решения задач, тестирования и анализа правовых норм);

- библиотечный фонд РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева (учебная, научная, монографическая литература, сборники судебной практики, юридическая периодика).

Таблица 8

Сведения об обеспеченности специализированными аудиториями, кабинетами

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы (№ учебного корпуса, № аудитории)	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28-211</i>	<i>Экран + Мультимедиа – 1 шт. Доска меловая – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Парта Комплекс – 54 шт. Стол письменный – 1 шт. Стул офисный – 1 шт.</i>
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28-322</i>	<i>Парта Комплекс (комплекс) – 14 шт. Доска меловая – 1 шт. Стол письменный – 1 шт. Стул офисный – 1 шт.</i>
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых</i>	<i>Доска меловая – 1 шт. Парта – 10 шт.</i>

<i>и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28-110</i>	<i>Стол письменный - 1 шт. Стул офисный – 21 шт.</i>
<i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 28-110а</i>	<i>Доска меловая – 1 шт. Парта Комплекс – 8 шт. Стол письменный – 1 шт. Стул офисный – 1 шт.</i>
<i>Центральная научная библиотека имени Н.И. Железнова РГАУ-МСХА имени К.А.Тимирязева</i>	<i>9 читальных залов (в том числе 5 компьютеризированных), организованных по принципу открытого доступа и оснащенных Wi-Fi Интернет-доступом</i>
<i>Общежитие</i>	<i>Комнаты для самоподготовки.</i>

11. Методические рекомендации студентам по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» студентам необходимо:

- Глубоко усвоить правовые нормы, которыми регулируются важнейшие сферы общественной и государственной жизни нашей страны, в том числе сфера рекламы и связей с общественностью. Особое внимание студентов обращается на необходимость тщательного изучения норм, содержащихся в Конституции России, так как она является основным законодательным актом государства.

- Знать федеральные конституционные и федеральные законы, регулирующие государственно-правовые отношения и выступающие наряду с Конституцией РФ, важнейшими источниками права. Ключевое значение имеют нормы Гражданского кодекса РФ как «экономической» конституции нашей страны.

- Знать законы субъектов РФ, которые регулируют сферу рекламы и связей с общественностью в регионах.

- Понимать роль и значение норм международного права и актов судебных органов для регулирования правовых отношений в сфере рекламы и связей с общественностью.

- Проработать учебную и научную литературу по данной дисциплине.

- Уметь ориентироваться в действующем законодательстве и правильно применять правовые нормы к конкретным жизненным ситуациям.

Участие студентов в лекционных и практических занятиях является обязательным условием выполнения учебного плана и допуска к зачету. Это участие может проявляться в виде выступления на занятии с докладом или сообщением, ответа на поставленный вопрос, дополнения или уточнения положений, высказанных другими выступающими, письменного решения полученных заданий и т.п. В основе всех форм ответов должно лежать глубокое изучение и конспектирование рекомендованных кафедрой теоретических и нормативных источников. Подготовка и участие в практических занятиях способствует более глубокому изучению наиболее сложных тем курса, выработке умений самостоятельной работы с теоретическими и нормативными источниками. Практические занятия призваны обеспечить использование полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Успеху проведения практических занятий по дисциплине способствует тщательная предварительная подготовка к ним студентов.

Необходимо ознакомиться с заданием к практическому занятию; определить

примерный объем работы по подготовке к ним; выделить вопросы, упражнения и задачи, ответы на которые или выполнение и решение без предварительной подготовки не представляются возможными; ознакомиться с перечнем законодательных и иных актов, литературных источников, рекомендуемых для изучения. Что касается перечня, то он может быть дополнен или сокращен преподавателем в связи с изменениями в законодательстве и выходом в свет новой литературы. Об этом студенты информируются накануне подготовки к занятиям. При ответах на вопросы и решении задач необходимо внимательно прочитать их текст и попытаться дать аргументированное объяснение.

Студенты должны научиться выступать в роли докладчиков и оппонентов, владеть навыками постановки и решения интеллектуальных проблем и задач, отстаивания своей точки зрения, демонстрации достигнутого уровня теоретической подготовки. Занятия могут проводиться в форме свободной дискуссии при активном участии всех обучаемых. Поэтому студенты имеют возможность дополнять выступающих, не соглашаясь с ними, высказывать и отстаивать альтернативные точки зрения, поправлять выступающих, задавать им вопросы, предлагать для обсуждения новые проблемы, анализировать практику применения законодательства по рассматриваемому вопросу. Дискуссия не исключает стихийного возникновения полемики. Вопросы могут быть заданы и преподавателю.

Разрешается использовать на занятиях записи с ответами на вопросы, упражнения и задачи, выполненные во время подготовки к ним, тексты нормативных актов, литературные источники. Как за устные, так и письменные ответы студентам выставляются оценки.

Обсуждение каждого вопроса, упражнения, задачи (ситуации) обычно заканчивается кратким заключением преподавателя. По окончании занятия преподаватель подводит итоги дискуссии и высказывает свою точку зрения, отмечает как положительные, так и отрицательные моменты, проявившиеся в ходе занятия. Одновременно преподаватель дает студентам задание к следующему практическому или лекционному занятию.

Освоение лекционного материала и закрепление его на практических занятиях предполагает самостоятельную работу студентов (во внеаудиторное время) над действующим законодательством в сфере рекламы и связей с общественностью, что позволит проявить умение выражать свои мысли в устной и письменной форме.

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Изучение учебного материала по конкретной теме дисциплины можно считать законченным лишь тогда, когда студент полностью разобрался в материале, осмыслил его и может самостоятельно ответить на основные вопросы темы, обосновывая свой ответ положениями действующих норм права и теоретических

источников.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший занятия, обязан в часы консультаций прийти на кафедру к преподавателю дисциплины, при себе необходимо иметь лекционные конспекты и выполненные задания в соответствии с планом практического занятия по пропущенным занятиям, быть готовым аргументировано ответить на вопросы преподавателя по пропущенной теме.

12. Методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине

Дисциплина основывается на знаниях, полученных студентами при изучении правовых дисциплин в рамках предыдущего уровня высшего образования. Рекомендуется поощрять студентов к самостоятельному мышлению, поиску неординарных вариантов решения поставленных задач, умению посмотреть на проблему «под другим углом».

Преподавателю рекомендуется использовать как при чтении лекций, так и на практических занятиях методы мотивации к изучению и освоению учебного материала. Этому могут служить обращение к аудитории с риторическим вопросом, с вопросом для обсуждения, инициирование дискуссии.

Для подготовки к лекционным занятиям необходимо серьезным образом изучать теоретический материал и материалы судебной практики. Знать содержание действующих правовых норм, владеть юридической терминологией и грамотно ее использовать, отслеживать публикации в периодической печати и данные других информационных систем.

Для практических занятий преимущественно используется устный или письменный опрос студентов, который в наибольшей мере позволяет выявить их знания, в ходе таких занятий после ответов студентов преподаватель дает пояснения. Рекомендуется использовать проверку знаний по изученным ранее вопросам. По отдельным темам проводятся тестирование, выполнение контрольных заданий, деловые игры и т.п. Рекомендуется предлагать студентам решить задачи по правовой проблематике.

В процессе подготовки к практическому занятию преподаватель должен составить план проведения занятия, в котором указываются тема, учебные цели, вопросы учебной программы, подлежащие изучению при подготовке и обсуждению на практическом занятии, конкретные задания для подготовки к занятию, контрольные вопросы, задания для самостоятельной подготовки. По некоторым темам в план целесообразно включать также подготовку 1-2 рефератов (научных докладов, сообщений) по узловым вопросам и заблаговременно назначать докладчиков. Преподаватель продумывает проблемные вопросы для проведения направляемой дискуссии, что способствует общему восприятию темы.

После обсуждения каждого отдельного вопроса преподаватель должен обобщить результаты выступлений, сформулировать выводы и рекомендации.

По окончании лекционных и практических занятий необходимо подводить

итоги, то есть преподаватель делает заключение, оценивает степень достижения поставленных целей, акцентируя внимание на практическом использовании результатов занятия, дает оценку заслушанным выступлениям, степени творческой активности обучающихся, отвечает на их вопросы. Преподаватель также напоминает о теме следующего занятия и подготовке к нему.

Темы занятий необходимо разделить на те, материал которых требует классических методов обучения, и те, в которых можно применить работу студентов в малых группах, ролевые игры, дискуссию, метод демонстрации.

Программу разработала:

Биткова Людмила Алексеевна,
кандидат юридических наук, доцент



РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу дисциплины Б1.О.01.04 Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью ОПОП ВО по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Стратегические коммуникации в условиях цифровизации (квалификация выпускника – магистр)

Николаевой Еленой Сергеевной, доцентом кафедры гражданского права юридического факультета Образовательного частного учреждения высшего образования «Международный юридический институт», кандидатом юридических наук, доцентом (далее по тексту рецензент), проведено рецензирование рабочей программы дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Стратегические коммуникации в условиях цифровизации (магистратура), разработанной в ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева», на кафедре правоведения (разработчик – Биткова Л.А., и.о.заведующего кафедрой правоведения, к.ю.н, доцент).

Рассмотрев представленные на рецензирование материалы, рецензент пришел к следующим выводам:

1. Предъявленная рабочая программа дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» (далее по тексту Программа) соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью. Программа содержит все основные разделы, соответствует требованиям к нормативно-методическим документам.

2. Представленная в Программе актуальность учебной дисциплины в рамках реализации ОПОП ВО не подлежит сомнению – дисциплина относится к обязательной части учебного цикла – Б1.

3. Представленные в Программе цели дисциплины соответствуют требованиям ФГОС ВО по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

4. В соответствии с Программой за дисциплиной «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» закреплена 1 компетенция. Дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» и представленная Программа способна реализовать ее в объявленных требованиях.

5. Общая трудоёмкость дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» составляет 2 зачётных единиц (72 час.).

6. Информация о взаимосвязи изучаемых дисциплин и вопросам исключения дублирования в содержании дисциплин соответствует действительности. Дисциплина «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» взаимосвязана с другими дисциплинами ОПОП ВО и Учебного плана по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью и возможность дублирования в содержании отсутствует.

7. Представленная Программа предполагает использование современных образовательных технологий, используемые при реализации различных видов учебной работы. Формы образовательных технологий соответствуют специфике дисциплины.

8. Программа дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» предполагает занятия в интерактивной форме.

9. Виды, содержание и трудоёмкость самостоятельной работы студентов, представленные в Программе, соответствуют требованиям к подготовке выпускников, содержащимся во ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

10. Представленные и описанные в Программе формы *текущей* оценки знаний (опрос, как в форме обсуждения отдельных вопросов, так и выступления и участие в дискуссиях, участие в тестировании, работа над домашним заданием) соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

Формы промежуточного контроля знаний студентов, предусмотренные Программой, осуществляются в форме зачета, что соответствует статусу дисциплины, как дисциплины относящейся к обязательной части учебного цикла – Б1 ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

11. Формы оценки знаний, представленные в Программе, соответствуют специфике дисциплины и требованиям к выпускникам.

12. Учебно-методическое обеспечение дисциплины представлено: основной литературой – 4 источника (базовый учебник), дополнительной литературой – 4 наименования, что соответствует требованиям ФГОС ВО направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью.

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины соответствует специфике дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» и обеспечивает использование современных образовательных, в том числе интерактивных методов обучения.

14. Методические рекомендации студентам и методические рекомендации преподавателям по организации обучения по дисциплине дают представление о специфике обучения по дисциплине «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью».

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного рецензирования можно сделать заключение, что характер, структура и содержание рабочей программы дисциплины «Современное российское и зарубежное законодательство в рекламе и связях с общественностью» ОПОП ВО по направлению: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Стратегические коммуникации в условиях цифровизации (квалификация выпускника - магистр), разработанная Битковой Л.А. доцентом кафедры правоведения, к.ю.н., доцентом соответствует требованиям ФГОС ВО, современным требованиям экономики, рынка труда и позволит при её реализации успешно обеспечить формирование заявленных компетенций.

Рецензент:

Николаева Елена Сергеевна, доцент кафедры гражданского права юридического факультета Образовательного частного учреждения высшего образования «Международный юридический институт», кандидат юридических наук, доцент

« 30 » июня 2022г.

Подпись рецензента Николаева Е.С. заверяю

