

**Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ДРУЖБЫ НАРОДОВ»**

ЮРИДИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала))

НОЦ «Правовые исследования»

(наименование кафедры)

Рекомендована МССН/МО

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовые основы и развитие медиабизнеса»

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

Рекомендуется для направления подготовки/специальности

40.03.01 Юриспруденция

(код, наименование направления подготовки (специальности))

Юриспруденция

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

Бакалавр

(квалификация)

Москва

1. Цели и задачи дисциплины:

Целью учебной дисциплины является получение студентами систематизированных сведений об профессиональной деятельности, а также овладение необходимыми общекультурными и профессиональными компетенциями в соответствии с требованиями, предъявляемыми к выпускникам по направлению подготовки 40.03.01 Юриспруденция.

Задачи дисциплины — достижение четкого представления обучающихся: об основных положениях, принципах и понятиях дисциплины «Правовые основы и развитие медиабизнеса», о системе нормативно-правового регулирования различных правоотношений возникающих в данной сфере.

2. Место дисциплины в структуре ОП ВО:

Дисциплина «Правовые основы и развитие медиабизнеса» является дисциплиной по выбору обучающегося.

Шифр и наименование компетенции	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины (Группы дисциплин)
ОПК-2 - Способен применять нормы материального и процессуального права при решении задач профессиональной деятельности	Административное право Гражданское право Юрист: направления и этапы профессионального развития Правовые основы рекламы в сети Интернет	Правовые основы комплаенс-контроля в России Руководство юридической службой в организациях различных организационно-правовых форм
ПК-3 - Способен обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации субъектами права	Административное право Гражданское право Юрист: направления и этапы профессионального развития Правовые основы рекламы в сети Интернет	Правовые основы комплаенс-контроля в России Руководство юридической службой в организациях различных организационно-правовых форм

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОПК-2	Способен применять нормы материального и процессуального права при решении задач профессиональной деятельности

ПК-3	Способен обеспечивать соблюдение законодательства Российской Федерации субъектами права
------	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

«**Правовые основы и развитие медиабизнеса**» составляет 3 зачетных единицы, т.е. 108 академических часов

Изучение дисциплины заканчивается зачетом с оценкой.

Вид учебной работы	Всего часов
Аудиторные занятия (всего)	32
В том числе:	
Лекции	0
Практические занятия (ПЗ)	32
Самостоятельная работа (СР)	76
Контроль (К)	0
Общая трудоемкость	час
	кредит
	108
	3

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Источники медиаправа

Понятие медиаправа. Источники медиаправа: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства. Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Закон РФ «О средствах массовой информации»: история принятия.

Раздел 2. Свобода информации как правовая основа деятельности медиабизнеса

Свобода информации в международном, российском и зарубежном праве: понятие, составляющие, нормативное закрепление. Свобода мысли и слова. Свобода выражения мнений. Свобода творчества. Свобода поиска, получения, производства, передачи и распространения информации. Свобода массовой информации как составная часть свободы информации в современном обществе. Иные свободы, действующие в сфере медиабизнеса. Правовые формы и способы ограничения свободы информации. Незаконные ограничения свободы информации. Юридическая ответственность за их наложение. Недопустимость злоупотребления свободами, действующими в сфере медиабизнеса. Предупреждение, предотвращение, пресечение соответствующих злоупотреблений. Юридическая ответственность за их совершение.

Раздел 3. Правовое регулирование рекламы

Реклама и свобода массовой информации. Общие положения Закона РФ «О рекламе». Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. Скрытая реклама. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов, медицинских и др. товаров и услуг. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодистрибуторов. Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. Саморегулирование рекламной деятельности. Права потребителей. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. Рекламные издания и телеканалы. Спонсорство, соотношение понятий «спонсорство» и «реклама». Специфика регулирования «продукта плейсмента». Практика применения законодательства о рекламе.

Раздел 4. Медиа в избирательном процессе

Избирательный процесс. Ключевая роль медиабизнеса в избирательном процессе: мировой и отечественный опыт. Избирательное законодательство и законодательство о средствах массовой информации. Правовые основы взаимодействия медиабизнеса с субъектами избирательного процесса. Предвыборная агитация и информирование избирателей. Понятие и виды предвыборной агитации. Содержание агитации. Злоупотребление правом на проведение агитации. Ответственность за такого рода злоупотребление. Сроки и общий порядок проведения предвыборной агитации. Общие условия проведения предвыборной агитации в средствах массовой информации. Основные особенности правового регулирования проведения предвыборной агитации посредством различных категорий СМИ. Медиабизнес и процесс установления и опубликования итогов избирательного процесса.

5.2. Разделы дисциплин и виды занятий

Очная форма обучения

Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					Все го	Форма текущего контроля успеваемости **, итоговой аттестации** *
	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
	Л	С	ПЗ	СР			
Раздел 1. Источники медиаправа			8	18	26		
Раздел 2. Свобода информации как правовая основа деятельности медиабизнеса			8	18	26		
Раздел 3. Правовое регулирование рекламы			8	20	28		
Раздел 4. Медиа в избирательном процессе			8	20	28		
Итоговая аттестация						<i>Зачет с оценкой</i>	
Всего:			32	76	108		

6. Практические занятия (семинары)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Раздел 1. Источники медиаправа	<p>1. Понятие медиаправа. Источники медиаправа: конституция, международные договоры, законы, указы президента и постановления правительства.</p> <p>2. Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия.</p> <p>3. Соответствие норм российской Конституции о свободе информации документам ООН и Совета Европы: Всеобщей декларации прав человека, Международного пакта о гражданских и политических правах, Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод. Закон РФ «О средствах массовой информации»: история принятия.</p>	8
2	Раздел 2. Свобода информации как правовая основа деятельности медиабизнеса	<p>1. Свобода информации в международном, российском и зарубежном праве: понятие, составляющие, нормативное закрепление.</p> <p>2. Свобода мысли и слова. Свобода выражения мнений. Свобода творчества. Свобода поиска, получения, производства, передачи и распространения информации. Свобода массовой информации как составная часть свободы информации в современном обществе. Иные свободы, действующие в сфере медиабизнеса.</p> <p>3. Правовые формы и способы ограничения свободы информации.</p> <p>4. Незаконные ограничения свободы информации.</p> <p>5. Юридическая ответственность за их наложение.</p>	8

3	Раздел 3. Правовое регулирование рекламы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реклама и свобода массовой информации. Общие положения Закона РФ «О рекламе». 2. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы. 3. Скрытая реклама. 4. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов, медицинских и др. товаров и услуг. 5. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. 6. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. 7. Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе. 8. Саморегулирование рекламной деятельности. Права потребителей. 9. Степень ответственности СМИ за содержание распространяемых рекламных сообщений. Контрреклама. 10. Защита интересов несовершеннолетних при производстве и распространении рекламы. 	8
4	Раздел 4. Медиа в избирательном процессе	<ol style="list-style-type: none"> 1. Избирательный процесс. Ключевая роль медиабизнеса в избирательном процессе: мировой и отечественный опыт. 2. Избирательное законодательство и законодательство о средствах массовой информации. 3. Правовые основы взаимодействия медиабизнеса с субъектами избирательного процесса. 4. Предвыборная агитация и информирование избирателей. 5. Понятие и виды предвыборной агитации. 6. Содержание агитации. Злоупотребление правом на проведение агитации. 	8

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, а также помещения для самостоятельной работы. Мультимедийный проектор, экран, аудиосистема, ноутбук.

8. Информационное обеспечение дисциплины

1. www.biblio-online.ru – Электронно-библиотечная система [ЭБС] Юрайт;
2. <http://www.iprbookshop.ru> – Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Iprbooks»
3. <https://e.lanbook.com> - Электронно-библиотечная система [ЭБС] «Лань».
4. <http://elibrary.ru/> - Научная электронная библиотека elibrary.ru.
5. <https://cyberleninka.ru> - Научная электронная библиотека Киберленинка
6. Справочно-правовая система «Консультант».
7. Электронный периодический справочник «Гарант».

9. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8.
2. Москалев, С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С.М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
3. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0202-6 ;
4. Щепилова, Г.Г. Основы рекламы: учебник для бакалавров / Г.Г. Щепилова, К.В. Щепилов. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 473 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500663> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9917-1. – DOI 10.23681/500663.

Дополнительная литература.

1. Анненкова Ирина Васильевна, Залоило Максим Викторович Новая культура коммуникаций в условиях цифровой и социокультурной глобализации: право, медиа и национальная идентичность // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2019. Выпуск 3 (76), С.140-155
2. Блинова А.А. Реклама интернет-казино в России в условиях законодательных ограничений // Реклама. Теория и практика. — 2018. — №3. — С.208–216. URL: <https://grebennikon.ru/article-9amg.html>
3. Горшкова Мария Александровна. Контекстная мобильная реклама как часть Digital-стратегии [Электронный ресурс] // Интернет-маркетинг. 2019. № 1. С. 16-26. URL: <http://grebennikon.ru/article-48r3.html>
4. Коваленко Артем Евгеньевич Обзор состояния рынка Интернет-рекламы и технологий Интернет-маркетинга Российской Федерации // Kant. 2018. №2 (27). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-sostoyaniya-rynka-internet-reklamy-i-tehnologiy-internet-marketinga-rossiyskoy-federatsii>
5. Кострикова Алена Сергеевна, Макаревич Марина Леонидовна Актуальные проблемы правового регулирования рекламы в сети интернет // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. №8 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy-pravovogo-regulirovaniya-reklamy-v-seti-internet-1>
6. Мерззликина Елена Михайловна, Васильева Кристина Сергеевна Особенности формирования доходов медиаорганизации // Вестник Московского государственного университета печати. 2016. Выпуск 3, С.54-57
7. Сеидов В.Г. Транснационализация средств массовой коммуникации в процессе глобализации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2018. Выпуск 1 том 18, С.22-26

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Иванько Александр Федорович, Илчева Валерия Совершенствование управления организацией медиабизнеса с использованием интеллектуальных информационных систем // Вестник Московского государственного университета печати. 2016. Выпуск 1, С.46-52
2. Мирзакулов Гафуржон Мирзакулович Новые медиа, социальные сети и блогосфера в системе информационного права // European science. 2019. Выпуск 7 (49), С.98-100
3. Микулина И. В., Шаталова Л. С. Медиаправо в России: предпосылки возникновения и современное состояние // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. Выпуск 27 (170) том 20, С.142-149

Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.: [с посл. изм. и доп.]
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: Федер. закон от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ: [принят Гос. Думой 21 октября 1994 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 1994. – № 32. – Ст. 3301 // СПС-КонсультантПлюс
3. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации: от 14 ноября 2002 г. № 138 – ФЗ: [принят Гос. Думой 23 октября 2002 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 46. – Ст. 4532 // СПС-КонсультантПлюс
4. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: от 24 июля 2002 г. № 95 – ФЗ: [принят Гос. Думой 14 июня 2002 г.: с посл. изм. и доп.] // Собр. законодательства Рос. Федерации. – 2002. – № 30. – Ст. 3012 // СПС-КонсультантПлюс
5. Федеральный закон «О третейских судах в Российской Федерации» от 24 июля 2002 г. (с изм.). // СПС-"КонсультантПлюс"
6. О рекламе: федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ [принят Гос. Думой 22 февраля 2006 г.: с посл. изм. и доп.] // Собрание законодательства РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232 // СПС-КонсультантПлюс
7. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 15 июня 2010 г. № 16 «О практике применения судами Закона РФ «О СМИ» // СПС-КонсультантПлюс
8. Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24 февраля 2005 г. № 3 «О судебной практике по делам о защите чести и достоинства граждан, а также деловой репутации граждан и юридических лиц» // СПС-КонсультантПлюс
9. Постановление Пленума Верховного Суда РФ «О судебной практике по уголовным делам о преступлениях экстремистской направленности» от 28 июня 2011 года // СПС-КонсультантПлюс
10. Постановление Пленума Верховного суда РФ от 19 июня 2006 года № 15 «О вопросах, возникших у судов при рассмотрении гражданских дел, связанных с применением законодательства об авторском праве и смежных правах» // СПС-КонсультантПлюс
11. Постановление Пленума Верховного суда РФ от 26 марта 2009 года № 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса РФ» // СПС-КонсультантПлюс

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Самостоятельная работа – крайне важный элемент подготовки студентов в процессе обучения. Получить всесторонние знания, ограничиваясь при этом только прослушиванием лекций и посещением семинарских занятий, невозможно. Самостоятельная работа обучающегося, в том числе под руководством преподавателя, предполагает самостоятельность и инициативу в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, зачетам, экзаменам.

Кроме того, понятийный аппарат курса разнообразен, объемен, что требует специальной работы для их усвоения. Важным условием успешной самостоятельной работы студентов

являются консультации преподавателя и тщательная подготовка к практическим занятиям. Цель самостоятельной работы студента по изучению учебного материала – формирование навыков самостоятельного отбора и изучения учебной литературы, интернет-источников, материалов периодических изданий, их анализа и осмысления. В результате этой работы студенты должны научиться понимать логику научного исследования, критически анализировать существующие в научной литературе точки зрения и на этой основе формировать собственную позицию по рассматриваемому вопросу.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что та или иная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми курсами. Более того, именно синтез полученных ранее знаний и текущего материала по курсу делает подготовку результативной и всесторонней.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументированно их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных экономических категорий, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала. При презентации материала на семинарском занятии можно воспользоваться следующим алгоритмом изложения темы: определение и характеристика основных категорий, эволюция предмета исследования, оценка его современного состояния, существующие проблемы, перспективы развития.

Методические рекомендации по подготовке к текущей форме контроля (контрольная работа) и промежуточной аттестации (экзамен)

При подготовке к аттестации нужно изучить определения всех понятий и теоретические подходы до состояния понимания материала по всем изученным темам, а также в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий и слайдов, необходимо пользоваться основной и дополнительной учебной литературой, рекомендованной к настоящей программе, а также изучить нормативную базу.

Формулируйте ответ с точки зрения применения различных методов анализа данных. Необходимо дать аргументированный ответ, подтверждающий уровень освоения компетенции.

Самостоятельная работа студента при подготовке к текущей форме контроля (контрольная работа) и промежуточной аттестации (зачет)

Успешное изучение дисциплины требует посещения лекций, активной работы на семинарах и самостоятельно, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Во время лекции слушатель должен вести краткий конспект. Работа с конспектом лекций предполагает просмотр конспекта в тот же день после занятий. При этом необходимо пометить материалы конспекта, которые вызывают затруднения для понимания. При этом слушатель должен стараться найти ответы на затруднительные вопросы, используя рекомендуемую литературу. Если ему самостоятельно не удалось разобраться в материале, необходимо сформулировать вопросы и обратиться за помощью к преподавателю на консультации или ближайшей лекции. Слушателю необходимо регулярно отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Самостоятельная работа слушателя по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации готовятся преподавателем и выдаются слушателю.

11. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Материалы для оценки уровня освоения учебного материала дисциплины (оценочные материалы), включающие в себя перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, 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, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны в полном объеме и доступны для обучающихся на странице дисциплины в ТУИС РУДН.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО РУДН.

Разработчик:

Профессор НОЦ «Правовые исследования»



Рудакова Е.Н.

Директор

НОЦ «Правовые исследования»



Галушкин А.А.