

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2024 17:08:03

Уникальный программный ключ:

ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования**

**«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Институт мировой экономики и бизнеса**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

#### **42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

#### **СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» входит в программу бакалавриата «Связи с общественностью» по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 7 семестре 4 курса. Дисциплину реализует Кафедра рекламы и бизнес-коммуникаций. Дисциплина состоит из 4 разделов и 11 тем и направлена на изучение основных правовых норм и нормативных актов, регулирующих процессы рекламной деятельности и практики PR в современном обществе.

Целью освоения дисциплины является изучение актуальных проблем теории и практики применения законодательства о рекламе Российской Федерации; усвоение сущности, основных положений, принципов и норм современного гражданского права Российской Федерации, регулирующего отношения в области рекламы; формирование у студентов профессионального правосознания; формирование навыков высококвалифицированного специалиста в области рекламы путем изучения, в частности, сравнительно-правового подхода к анализу норм права с целью использования полученных знаний в будущей практической деятельности.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-11.1 Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней; УК-11.2 Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе; УК-11.3 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе соблюдения действующего законодательства и нетерпимого отношения к коррупции;
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-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира,	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
	исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Владеет навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций;
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-2.1 Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-2.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-2.3 Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;
ПК-4	Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании	ПК-4.1 Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; особенности документооборота по ее сопровождению; результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; особенности, методы и технологии обеспечения информационной и коммуникационной поддержки проекта; тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.2 Умеет реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; анализировать поведение участников на различных этапах осуществления коммуникационного проекта; обеспечивать информационную и коммуникационную поддержку участников проекта и партнеров; вести документооборот проекта; осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-4.3 Владеет методами выбора типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью; методами использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта; методами подготовки и анализа основных документов по проекту; методами информационного и коммуникационного обеспечения проекта; методами тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению

запланированных результатов освоения дисциплины «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	Основы права;	Преддипломная практика;
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	Основы права; Основы экономики; Основы менеджмента; Политология; Основы маркетинга; Имидж регионов мира; Основы интегрированных коммуникаций в рекламе; Основы интегрированных коммуникаций в PR; Мировая экономика; Маркетинговые исследования; Основы подготовки научно-практических работ; <i>Практика немедийных коммуникаций**;</i> <i>Этика в маркетинговых коммуникациях**;</i> <i>Маркетинг на B2C рынке**;</i> <i>Нейромаркетинг**;</i> <i>CRM-системы**;</i> <i>История коммуникационного бизнеса**;</i> <i>Управление медиамиксом**;</i>	Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Основы права; Философия; Политология; Имидж регионов мира; Теория и практика массовой информации; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Подготовка творческих работ к конкурсам;	Преддипломная практика;
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	1-я производственная практика; 2-я производственная практика; Введение в специальность; История рекламы и связей с общественностью; Основы менеджмента;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p>Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;            Компьютерные технологии в дизайне рекламы;            Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;            Основы интегрированных коммуникаций в PR;            Управление человеческими ресурсами;            Информационные технологии в рекламе и PR;            Теория и практика массовой информации;            Психология рекламы и PR;            Технологии PR-мероприятий;  <i>PR в современном мире**</i>;  <i>Продюсирование в коммуникационной деятельности**</i>;  <i>Нестандартные рекламные и PR-технологии**</i>;  <i>Разработка рекламной идеи**</i>;  <i>Реклама в современном мире**</i>;  <i>Организация работы отделов рекламы**</i>;  <i>Организация работы PR-отделов**</i>;  <i>Креативные коммуникации**</i>;  <i>Современные технологии презентации**</i>;  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**</i>;</p>	
ПК-2	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>2-я производственная практика;            1-я производственная практика;            Основы маркетинга;            Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;            Компьютерные технологии в дизайне рекламы;            Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;            Основы интегрированных коммуникаций в PR;            Информационные технологии в рекламе и PR;            Маркетинговые исследования;            Технологии PR-мероприятий;  <i>Событийный маркетинг**</i>;  <i>Разработка нового продукта**</i>;  <i>Креативные стратегии**</i>;  <i>Бренд-коммуникации**</i>;  <i>Организация работы отделов рекламы**</i>;  <i>Организация работы PR-отделов**</i>;  <i>Спичрайтинг**</i>;</p>	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Информационные ресурсы для коммуникационной деятельности**;</i>  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Индустрия цифровых коммуникаций**;</i></p>	
ПК-4	<p>Способен применять типовые алгоритмы проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, готовить основные документы по ее сопровождению, использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании</p>	<p>Основы дизайна;          Основы менеджмента;          Основы маркетинга;          Технологии производства в рекламе и связях с общественностью;          Социология;  <i>Менеджмент цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Разработка коммуникационного проекта**;</i>  <i>Технологии создания рекламного образа**;</i>          Компьютерные технологии в дизайне рекламы;          Основы интегрированных коммуникаций в рекламе;          Основы интегрированных коммуникаций в PR;          Управление человеческими ресурсами;          Информационные технологии в рекламе и PR;          Теория и практика массовой информации;          Психология рекламы и PR;          Технологии PR-мероприятий;  <i>Организация работы отделов рекламы**;</i>  <i>Организация работы PR-отделов**;</i>  <i>Практика мультимедийного контента**;</i>  <i>Продакт плейсмент**;</i>  <i>Знаковые системы в дизайне**;</i>  <i>Индустрия маркетинговых услуг**;</i>  <i>Практика социальной рекламы**;</i>  <i>Практика цифровых коммуникаций**;</i>  <i>Методы воздействия в массовых коммуникациях**;</i>  <i>Литературное редактирование медиатекстов**;</i>  <i>История кинематографа**;</i>  <i>Развитие креативного мышления**;</i>  <i>Имидж территорий**;</i>  <i>Бизнес-этикет**;</i>  <i>Практика медиакоммуникаций**;</i>          2-я производственная практика;          1-я производственная практика;</p>	<p>Преддипломная практика;</p>

<b>Шифр</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Предшествующие дисциплины/модули, практики*</b>	<b>Последующие дисциплины/модули, практики*</b>
		Учебная практика;	

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	38		38
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	0		0
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>72</b>	<b>72</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>2</b>	<b>2</b>



## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	
Раздел 1	Предмет регулирования законодательства о рекламе.	1.1
		1.2
Раздел 2	ФЗ «О рекламе», общие положения.	2.1
		2.2
		2.3
		2.4
Раздел 3	Правовая охрана средств индивидуализации участников рекламного рынка и авторское право.	3.1
		3.2
Раздел 4	Государственный контроль за рекламой.	4.1
		4.2
		4.3

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511938>

2. Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью / С. А. Зубков. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 152 с. — ISBN 978-5-507-46862-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/322649>

*Дополнительная литература:*

1. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, А.А. Романов, Г.А. Васильев [и др.]. – М.: Юнити-Дана: Закон и право, 2017. – 241 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=685024>

2. Шарков Ф.И. Правовые основы коммуникации в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст/электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков, В.И. Захарова. - Электронные текстовые данные. - М.: Проспект, 2018. - 224 с. <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6258>

3. Алексеев С.С. Частное право. Научно-публицистический очерк. – М.: Статут, 1999. – 157 с.

4. Белов В.В., Виталиев Г.В., Денисов Г.М. Интеллектуальная собственность. Законодательство и практика. - М., 2003.

5. Егоров Н.Д. Гражданско-правовое регулирование общественных отношений. - Л., 1988.

6. Сидоренко В., Звезгинцева Е. Продюсер и право. Юридические аспекты кинопроцесса. - М.: Юнити-Дана, 2016.

7. Сидоренко В.И. Трудовые аспекты продюсирования: учебное пособие / В.И. Сидоренко, Е.А. Звезгинцева, И.Л. Гусева; под ред. В.И. Сидоренко. – М.: Юнити, 2020. – 304 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615710>

8. Эрделевский А.М. Компенсация морального вреда: анализ и комментарий законодательства и судебной практики. - М., 1999.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации

<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS

<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

**РАЗРАБОТЧИК:**

<hr/> <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Осмоловская Анна Васильевна <i>Фамилия И.О.</i>
-----------------------------	----------------------	-------------------------------------------------------------

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
---------------------------------------------------	----------------------	-----------------------------------------------------------

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

<hr/> Заведующий кафедрой <i>Должность, БУП</i>	<hr/> <i>Подпись</i>	<hr/> Трубникова Нина Вадимовна <i>Фамилия И.О.</i>
----------------------------------------------------	----------------------	-----------------------------------------------------------