

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 13.05.2026 14:56:38

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):**

### **ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» входит в программу бакалавриата «Цифровые маркетинговые коммуникации» 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 2 разделов и 11 тем и направлена на изучение теоретических и практических аспектов правовой и экономической жизни в области рекламы и публичных коммуникаций (PR) для эффективного ведения деятельности.

Целью освоения дисциплины является изучение практики применения законодательства о рекламе Российской Федерации и усвоение сущности, основных положений, принципов и норм современного права Российской Федерации, регулирующего отношения в области рекламы и PR.

## 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, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	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 специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

### 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 гражданского и трудового права; Основы военной подготовки. Безопасность жизнедеятельности;	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	Имидж регионов мира; Основы связей с общественностью; Мировая экономика; Маркетинговые исследования; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; Практика немедийных коммуникаций**; Этика в маркетинговых коммуникациях**; Маркетинг на B2C рынке**; Нейромаркетинг**; CRM-системы**; История коммуникационного бизнеса**; Управление медиамиксом**; Продвижение в шоу-бизнесе**; Эмоциональный интеллект**; Современные аспекты мониторинга СМИ**; Создание видеоконтента**; Психологические аспекты работы с аудиторией**; Финансовый менеджмент; Основы гражданского и трудового права; Основы экономики; Основы маркетинга;	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,	Философия; Политология; Имидж регионов мира; Теория и практика массовой информации; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Цифровая грамотность;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	правовых и этических норм регулирования		

\* - 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
Контактная работа, ак.ч	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Регулирование законодательства о рекламе.	1.1	Предмет регулирования законодательства о рекламе	Предмет регулирования — общественные отношения, возникающие при создании, размещении и распространении рекламы, включая требования к содержанию, формам и способам её распространения. Закон определяет права и обязанности участников рекламного рынка, меры защиты потребителей и конкуренции, а также контроль и ответственность за нарушения (в т.ч. недобросовестную и вводящую в заблуждение рекламу).	ЛК, СЗ
		1.2	Государственное регулирование рекламы	Система правовых норм и надзорных институтов, устанавливающих требования к содержанию, формам и распространению рекламы для защиты потребителей и конкуренции. Инструменты: законы и подзаконные акты, разрешительные и ограничительные режимы (маркировка, квоты, запреты), мониторинг и контроль (проверки, предписания, блокировки) и санкции (штрафы, отзыв разрешений) при взаимодействии с саморегулированием.	ЛК, СЗ
		1.3	Особенности законодательства о рекламе РФ	Обязательная идентификация и достоверность, требования к языку (русский), спецправила для отдельных сфер/носителей (медицина, финуслуги, алкоголь/табак, детская аудитория, наружка, интернет), маркировка и возрастные ограничения. Запрет скрытой/недостоверной/некорректной/некорректной сравнительной рекламы, особый статус соцрекламы, надзор ФАС и ответственность (штрафы, блокировки), при взаимодействии с саморегулированием.	ЛК, СЗ
		1.4	ФЗ «О рекламе», общие положения	Закон устанавливает понятия и сферу действия рекламы (включая исключения), общие принципы — законность, добросовестность, достоверность и идентифицируемость, а также базовые требования к языку и способам распространения. Закрепляет права и обязанности рекламодателей/производителей/распространителей, статус социальной рекламы, компетенцию ФАС и основы ответственности за нарушения.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Правовое регулирование	2.1	Правовое регулирование отдельных видов размещения рекламы	Специальные правила для носителей и сред размещения: наружная реклама (зоны, разрешения, конструктив и безопасность), транспорт и вокзалы, СМИ/аудиовизуальные сервисы (реклама, спонсорство, интеграции и их маркировка), интернет/соцсети/инфлюенсеры (идентификация, учет, таргетинг, персональные данные), рассылки (согласие, отписка), помещения и памятники (согласования с владельцем и охраной объектов). Ограничения по времени/месту/доле, технические требования, обязательные предупреждения и возрастная маркировка, допусловия для чувствительных сфер (медицина, финансы, алкоголь/табак), ответственность за нарушение.	ЛК, СЗ
		2.2	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров и услуг	Устанавливает специальные запреты/ограничения и обязательные предупреждения для чувствительных категорий: медицина/медуслуги и БАДы, финуслуги/кредит/инвестпродукты, алкоголь, табак/никотин, азартные игры/лотереи, оружие, детские товары, продукты питания (в т.ч. детское). Включает требования к подтверждаемости заявлений, форматам и объему дискламеров, возрастным и временно-территориальным ограничениям, таргетингу и недопустимым образам/утверждениям, с повышенной ответственностью за нарушения.	ЛК, СЗ
		2.3	Правовая охрана средств	Охрана товарных знаков, фирменных наименований, коммерческих обозначений и	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			индивидуализации участников рекламного рынка	доменных имен обеспечивается регистрацией (Роспатент), приоритетом и запретом на вводящее в заблуждение использование в рекламе, включая пресечение контрафакта и недобросовестной конкуренции. Механизмы защиты: иски о запрете и компенсации, изъятие контрафакта, административная ответственность, а также договорные режимы (лицензии, франчайзинг) с контролем правомерного использования в рекламных материалах.	
		2.4	Авторское право в рекламе	Регулирует использование охраняемых объектов (тексты, фото, видео, музыка, шрифты, базы данных) в рекламе: необходимы права/лицензии, клиренс смежных прав и изображений (model release), соблюдение личных неимущественных прав (авторство, неприкосновенность), учет коллективного управления. Закрепляет права на рекламные креативы по договору (служебное/заказное произведение), требования к источникам (стоки), ответственность за нарушения (блокировки, изъятие, компенсация) и доказуемость правомерности использования.	ЛК, СЗ
		2.5	Государственный контроль за рекламой	Надзор осуществляет ФАС России (и территориальные управления): мониторинг и проверки, рассмотрение дел, выдача предписаний, привлечение к ответственности, приостановление/запрет распространения, демонтаж конструкций. В онлайн действует учет и маркировка через операторов рекламных данных при взаимодействии с Роскомнадзором; меры воздействия включают штрафы и блокировки.	ЛК, СЗ
		2.6	Саморегулирование в рекламе	Саморегулирование — деятельность отраслевых объединений (СРО/советы по рекламе), разрабатывающих кодексы и стандарты, проводящих пре-клиренс и рассмотрение жалоб, продвигающих этику и best practices. Механизмы мягкого воздействия (рекомендации, публичные решения) снижают риски нарушений и дополняют государственный надзор, повышая качество и доверие к рекламе.	ЛК, СЗ
		2.7	Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе	Виды ответственности: административные штрафы по КоАП для рекламодателя/производителя/распространителя (и ОРД), предписания ФАС о прекращении нарушения, демонтаж/запрет распространения/маркировка, блокировки; при недобросовестной конкуренции — антимонопольные меры. Гражданско-правовая защита: опровержение, удаление материалов, взыскание убытков/компенсации и запрет на дальнейшее использование спорных обозначений/контента.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/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. Арзуманян, А. Б. Правовое регулирование рекламы в России и за рубежом : учебное пособие : [16+] / А. Б. Арзуманян ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2021. – 118 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691269> (дата обращения: 21.12.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3963-5. – Текст : электронный.

2. Литвиненко, О. В. Правовое обеспечение связей с общественностью : учебное пособие : [16+] / О. В. Литвиненко. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. – 112 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694771> (дата обращения: 21.12.2023). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

### Дополнительная литература:

1. Авилов Г.Е. Агентирование (гл. 52). В кн.: Гражданский кодекс Рос-сийской Федерации. Часть вторая. Текст, комментарии, алфавитно-предметный указатель. /Под ред. О.М. Козырь, А.Л. Маковского, С.А. Хохлова. М., 1996.

2. Авилов Г.Е. Коммерческая концессия. В кн.: Гражданское право. Часть 2. Обязательственное право. /Под ред. В.В. Залесского. М., 1999

3. Сидоренко В., Звегинцева Е. Продюсер и право. Юридические аспекты кинопроцесса., М., Юнити-Дана, 2016.

### 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!**

**РАЗРАБОТЧИКИ**

Преподаватель

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Заведующий кафедрой

---

Должность

Звегинцева Е.А.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О

Трубникова Н.В.

---

Фамилия И.О