

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ястребов Олег Александрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 07.05.2026 10:51:46

Уникальный программный ключ:

ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

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):

РЕКЛАМА

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2026 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовое регулирование деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью» входит в программу бакалавриата «Реклама» 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	Основы гражданского и трудового права; Основы экономики; Основы маркетинга; Имидж регионов мира; Основы связей с общественностью; Мировая экономика; Маркетинговые исследования; Основы подготовки научно-практических работ и проектов; <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> <i>Продвижение в шоу-бизнесе**;</i> <i>Эмоциональный интеллект**;</i> <i>Современные аспекты мониторинга СМИ**;</i> <i>Создание видеоконтента**;</i> <i>Психологические аспекты работы с аудиторией**;</i> Финансовый менеджмент;	Преддипломная практика;
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития	Философия; Политология; Имидж регионов мира; Теория и практика массовой	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
	медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	информации; Практика интегрированных коммуникаций (мастерская); Подготовка творческих работ и проектов к конкурсам; Цифровая грамотность;	

* - 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>	29		29
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	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	Специальные правила для носителей и сред размещения:	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
			размещения рекламы	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.	
		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 индивидуализации участников рекламного рынка	Охрана товарных знаков, фирменных наименований, коммерческих обозначений и 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.	ЛК, СЗ
		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	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
				договору (служебное/заказное производство), требования к источникам (стоки), ответственность за нарушения (блокировки, изъятие, компенсация) и доказуемость правомерности использования.	
		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.	4 Зал библ: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная AC APart SDQ8T-BL
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.	4 Зал библ: Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Cactus CSC4.SG, Экран с электроприводом, белый матовый, Микшер-усилитель, Двухполосная AC APart SDQ8T-BL
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.	Ауд.103. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21", Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN, Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM - 1105

* - 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 Российской 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

- 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.elsevierscience.ru/products/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!**

РАЗРАБОТЧИК:

Преподаватель

Должность, БУП

Подпись

Звегинцева Екатерина

Александровна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Трубникова Нина

Вадимовна

Фамилия И.О.