

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью»

для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучение правовых основ регулирования рекламной и PR-деятельности, законодательства, регулирующего информационную и рекламную деятельность в России и за рубежом, основных принципов и тенденций развития правового регулирования, навыков практического применения законодательства о рекламе и PR. Курс нацелен на изучение действующих норм рекламного права, соответствующих отраслей правовой системы России и правоприменения, понятий и принципов, механизмов правового регулирования

Задачи освоения дисциплины:

- изучение основных принципов правового регулирования рекламной и PR-деятельности в России и зарубежных странах;
- выработка умения ориентироваться в нормативно-правовых актах, содержащих нормы о регулировании рекламной и PR-деятельности;
- выработка умения соотносить юридическое содержание правовых норм с реальными событиями общественной жизни.
- формирование способностей применять полученные правовые знания в практической деятельности
-

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

Очная форма

Дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части дисциплин Б1.Б31. Изучается в 4-5 семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины Основы конфликтологии Социальное предпринимательство Основы менеджмента Основы проектного управления Основы предпринимательского права Основы маркетинга). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Технологии имиджмейкинга», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения правовых аспектов в рамках дисциплин: «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Продвижение СМИ», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Управление стартапами в социальном предпринимательстве», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Цифровой маркетинг», «Медиапланирование», «Современная пресс-служба», «Продвижение информационных продуктов и услуг»,

«Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний», «Современные финансовые инструменты в социальном предпринимательстве», «Планирование антикризисных коммуникаций»

Заочная форма

Дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части дисциплин Б1.Б31. Изучается в 4-5 семестрах.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Основы конфликтологии», Социальное предпринимательство «Основы менеджмента», «Основы проектного управления» Основы предпринимательского права», «Основы маркетинга»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Технологии имиджмейкинга», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации»).

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

В дальнейшем курс станет основой изучения правовых аспектов в рамках дисциплин: «Организация работы отдела рекламы и связей с общественностью», «Продвижение СМИ», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», PR в сфере культуры «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и связям с общественностью», «Цифровой маркетинг», «Медиапланирование», «Продвижение информационных продуктов и услуг», «Современные международные отношения и система глобальных коммуникаций», «Интернациональная и национальная реклама», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций» «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний». А также послужит основой учебной практики, Профессионально-творческой производственной, преддипломной практики и ГИА.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК5 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	<p>Знать: нормативно-правовые источники информационного и рекламного права, их взаимосвязь в проблеме пресечения ненадлежащей рекламы, нормы, регулирующие правовое положение участников рекламной и PR-деятельности, их юридическую ответственность.</p> <p>Уметь: пользоваться юридической терминологией и понятиями основных правовых институтов, применять нормативно-правовую базу для решения правовых задач в сфере будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть: навыками применения законодательства о рекламе и PR для решения конкретных проблем рекламной и PR-практики,</p>

	навыками правового самообразования.
ОПК7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<p>Знать: Деловую этику и принятые профсообществом нормы профессии</p> <p>Уметь: Ориентироваться в основных правовых и этических принципах деловых отношений</p> <p>Владеть: Способностью к рефлексии и передаче собственного профессионального опыта</p>
УК2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>Знать: базовые понятия теории информационного и рекламного права для дальнейшего применения на практике</p> <p>Уметь: Использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности</p> <p>Владеть: Навыками использования нормативных правовых знаний в своей профессиональной деятельности</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 6 зачетных единиц.

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение практических занятий, связанных с отработкой навыков применения законодательства в сфере рекламы и связей с общественностью,
- подготовка, публичные презентации и обсуждение докладов;
- работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний)

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: нормативных документов, лекций, учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- подготовка докладов, написание реферата;
- подготовка к выступлению на семинарах, групповых дискуссиях
- подготовка к зачету и экзамену, пр.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний, выступлений с докладами, разбора ситуаций), проверки выполнения домашних заданий, а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем контрольных работ, подготовки докладов, презентаций. Промежуточный контроль предполагает усвоение студентом пройденной части учебного курса, а также степень знаний этих подходов. Написание реферативной работы, выполнение заданий – так же формы промежуточного контроля. Цель – выявить умение студента собирать и систематизировать материал по одной из тем курса, а также уровень и глубину её усвоения.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета и экзамена по утвержденной программе.