

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:

Дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» относится к базовой части дисциплин. 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: Управление конфликтами в массовых коммуникациях, Социальное предпринимательство, Основы проектного управления, Основы менеджмента, Основы предпринимательского права, Основы маркетинга, «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», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», «Цифровой маркетинг», Психология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Планирование рекламных кампаний», «Планирование PR-кампаний». Проектная деятельность: Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика, 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	Знать: нормативно-правовые источники информационного и рекламного права, их взаимосвязь в проблеме пресечения ненадлежащей рекламы, нормы, регулирующие правовое положение

<p>медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>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, навыками правового самообразования.</p>
<p>ОПК7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<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>
<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>	<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: 5 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.