

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 26.03.2026 20:52:14
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.29 Правые основы медиапроизводства
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент
(наименование образовательной программы)

очная
(форма обучения)

2025

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.О.29 «Правые основы медиапроизводства» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 8 от «25» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1.	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	ОПК-6.1. 3-1. Знает необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
					ОПК-6.1. У-1. Умеет отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
			ОПК-6.2.	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.2. 3-1. Знает современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение
					ОПК-6.2. 3-2. Знает этапы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
				ОПК-6.2. У-1. Умеет	

					применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	--	--	--	--	---

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы; 108 академических часов;

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 40 акад. часов и на самостоятельную работу обучающихся – 68 акад. часа;

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства» относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности

Дисциплина Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства» относится к дисциплинам базовой части. Дисциплина изучается в 5 семестре и закладывает теоретический и методологический фундамент для работы выпускника в политических партиях, избирательных комиссиях различного уровня, а также при прохождении преддипломной практики и для подготовки выпускной квалификационной работы.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения дисциплины «Введение в профессию» (1 семестр), «Право» и «Политология».

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения обучающимися дисциплиной профессиональной подготовки «Авторское право в медиа».

Освоение компетенций готовит обучающегося к решению проектного, маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://lms.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Тема 1. Информационная сфера как объект правового регулирования.	13	2			3							8	УО	
Тема 2	Тема 2. Свобода	13	2			3							8	УО, Д	

	слова и свобода массовой информации и в жизнедеятельности человеческого общества: история вопроса и современное состояние													
Тема 3	Тема 3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика	13	2			3							8	УО
Тема 4	Тема 4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации	13	2			3							8	УО

	и (МИ).													
Тема 5	Тема 5. Предмет и основные принципы правового регулирования медиапроизводства.	14	2			3							9	УО
Тема 6	Тема 6. Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность.	14	2			3							9	УО, Д
Тема 7	Тема 7. Требования к отдельным способам рекламирования.	14	2			3							9	УО
Тема 8	Тема 8. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.	14	2			3							9	УО

Промежуточная аттестация													зачет
Итого		108	16			24						68	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

Д – доклад

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Информационная сфера как объект правового регулирования (ОПК-6.1.).

Соотношение права и деонтологии в регулировании информационно-обменных процессов. Информация как объект правового регулирования. Субъекты и объекты информационных правоотношений. Нормативные источники, регулирующие информационную сферу. Конституционные права граждан в области информации. Международные стандарты в сфере доступа и использования информации. Международный обмен информационными данными. Формы и виды информации по законодательству РФ. Документированная информация. Недокументированная информация. Электронная информация. Достоверная информация, ложная или опасная информация. Информация как экономический ресурс, экономический товар, эффективное оружие. Информатизация и информационная безопасность. Правовая информация и иная информация. Открытая информация и информация ограниченного доступа (конфиденциальная). Виды информации, для которых запрещено вводить режим тайны. Юридическая защита конфиденциальной информации. Соотношение права на информацию и права на неприкосновенность частной жизни, защиту чести, достоинства и деловой репутации. Проблема «информационных войн» современности, политика пост-правды, фейковая информация.

Тема 2. Свобода слова и свобода массовой информации в жизнедеятельности человеческого общества: история вопроса и современное состояние (ОПК-6.1.).

Правовое содержание свободы массовой информации. Становление права на свободу мысли и слова за рубежом и в России. Конституционные гарантии свободы массовой информации. Историческое значение и роль международно-правовой охраны свободы массовой информации (Окинавская Хартия глобального информационного общества). Независимость судебной власти как гарантия свободы массовой информации. Понятие цензуры. Правовые гарантии конституционного запрета цензуры. Самоцензура. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды. Кумулятивный принцип в институте ответственности за злоупотребление свободой массовой информации. Механизм возложения ответственности за злоупотребление свободой массовой информации. Судебная и административная практика по делам о злоупотреблении свободой массовой информации. Противоправное ущемление свободы массовой информации. Ответственность за ущемление свободы массовой информации. Право свободно искать, получать и передавать информацию. Право свободно производить информацию. Право свободно распространять информацию. Государственная тайна: порядок

засекречивания и рассекречивания информации, составляющей государственную тайну. Проблема информационной безопасности Российской Федерации. Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне. Правовые режимы тайна информации. Ответственность за нарушение правил конфиденциальной информации. Меры ответственности за нарушение правил конфиденциальной информации, особых правовых режимов информации, распространение ложной или опасной информации.

Тема 3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика (ОПК-6.1.).

Информационное управление и демократическое развитие. Государственная информационная политика. Доктрина информационной безопасности (2016 г.). Феномен полинормативности в регулировании сферы СМИ. Соотношение правовых, корпоративных и этических норм в сфере СМИ. Право массовой информации в системе российского права и законодательства. Соотношение права СМИ и информационного права. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г., его основные положения и структурообразующий характер. Информационное законодательство РФ в целом, акты гражданского, административного, уголовного, трудового, процессуального законодательства, содержащие отдельные информационно-правовые нормы. Региональное законодательство о СМИ. Особенности зарубежного законодательства о СМИ.

Тема 4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ) (ОПК-6.2.).

Охрана интеллектуальной собственности в сфере МИ. Основные тенденции развития авторского права в данной сфере. Соотношение понятий «информация», «массовая информация» и «произведение». Субъекты и объекты авторского права. Право использования произведения. Авторский договор. Знак охраны авторского права и его правовое значение. Сроки действия авторского права. Особенности правового режима служебных произведений в сфере МИ. Периодические печатные издания в целом как объект авторского права. Права организаций эфирного и кабельного вещания. Понятие чести и достоинства. Субъекты права на защиту чести и достоинства. Проблемы, связанные с защитой деловой репутации юридических лиц. Право на опровержение и порядок его реализации. Внесудебное урегулирование споров об опровержении и праве на ответ.

Основания освобождения редакции СМИ от ответственности. Проблема разграничения «сведений» и «мнений» в материалах СМИ. Право на ответ. Основные формы злоупотребления правами журналиста и мера ответственности. Правовая защита интересов меньшинств и других идентифицируемых групп.

Тема 5. Предмет и основные принципы правового регулирования медиапроизводства (ОПК-6.2.).

Характеристика развития источников права рекламного дела в древнем мире, в средние века и новое время. Современное законодательство о медиапроизводстве зарубежных стран. Особенности формирования средств медиапроизводства и их правового регулирования в РФ. Понятие, сущность и юридические признаки медиаисточников. Понятие и виды участников (субъектов) медиапроизводства, их классификация. Особенности выстраивания коммуникации между основными участниками медиапроизводства. Законодательство, регулирующее правовое положение и организационно-правовые формы субъектов медиапроизводства.

Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной и информационной деятельности. Отношения, регулируемые законодательством о рекламе. Необходимость и цели законодательного регулирования производства, размещения и распространения медиaproдуктов. Сфера законодательного регулирования медиапроизводства и случаи его ограничения.

Тема 6. Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность (ОПК-6.2.).

Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе. Виды ненадлежащей рекламы. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих рекламную-информационную деятельность в России. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Правовое регулирование различных способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино и видео обслуживании, размещаемая на почтовых отправлениях, через Интернет. Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров: алкогольной продукции, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания, продукции военного назначения и оружия, финансовых услуг, ценных бумаг, цифровых финансовых активов, услуг по заключению договоров ренты, банковских, деятельности медиаторов, реклама в сфере арбитража (третейского разбирательства).

Тема 7. Требования к отдельным способам рекламирования (ОПК-6.2.).

Основные способы телерекламы. Понятие прерывания телепрограммы или телепередачи рекламой. Совмещение рекламы с телепрограммой. Общие и специальные правила распространения телерекламы. Случаи запрета рекламы в телепередачах. Особый порядок распространения спонсорской рекламы. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Радиопередачи, которые запрещено прерывать рекламой. Правила для спонсорской рекламы в радиопередачах. Требования к рекламе при радиотрансляции спортивных соревнований. Требования к рекламе в радиопрограммах, зарегистрированных в качестве средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. Ограничение уровня звука в радиорекламе. Случаи, когда в Российской Федерации распространение рекламы в радиопрограммах не допускается. Основные требования к размещению текста рекламы в печатных изданиях. Понятие наружной рекламы и рекламных конструкций. Понятие рекламы, распространяемой по сетям электросвязи. Реклама в информационно-коммуникационной сети «Интернет». Транспортные средства, на которых запрещается размещение рекламы.

Разграничение полномочий Российской Федерации, ее субъектов и органами местного самоуправления при осуществлении законодательного регулирования рекламной деятельности. Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе

Тема 8. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы (ОПК-6.2.).

Основные принципы и механизмы государственного регулирования связей с общественностью рекламной деятельности. Роль антимонопольных органов в регулировании рекламной деятельности и их полномочия. Налоговое регулирование рекламной деятельности. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы и связи с общественностью. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы. Гражданско-правовая ответственность в сфере рекламы. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы. Понятие, признаки саморегулируемой организации в сфере рекламы и значение саморегулирования. Саморегулируемые организации в сфере рекламной деятельности в России и их права. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): структура, основные направления деятельности.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.29 «Правовые основы медиапроизводства» входят в состав оценочных материалов по

образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БАА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, доклад

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Информационная сфера как объект правового регулирования

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Соотношение права и деонтологии в регулировании информационно-обменных процессов. Информация как объект правового регулирования. Субъекты и объекты информационных правоотношений.

Вопрос 2. Нормативные источники, регулирующие информационную сферу. Конституционные права граждан в области информации.

Вопрос 3. Международные стандарты в сфере доступа и использования информации. Международный обмен информационными данными. Формы и виды информации по законодательству РФ.

Вопрос 4. Документированная информация. Недокументированная информация. Электронная информация. Достоверная информация, ложная или опасная информация. Информация как экономический ресурс, экономический товар, эффективное оружие. Информатизация и информационная безопасность.

Вопрос 5. Правовая информация и иная информация. Открытая информация и информация ограниченного доступа (конфиденциальная).

Вопрос 6. Виды информации, для которых запрещено вводить режим тайны. Юридическая защита конфиденциальной информации.

Вопрос 7. Соотношение права на информацию и права на неприкосновенность частной жизни, защиту чести, достоинства и деловой репутации. Проблема «информационных войн» современности, политика пост-правды, фейковая информация.

Тема 2. Свобода слова и свобода массовой информации в жизнедеятельности человеческого общества: история вопроса и современное состояние

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Правовое содержание свободы массовой информации. Становление права на свободу мысли и слова за рубежом и в России.

Вопрос 2. Конституционные гарантии свободы массовой информации. Историческое значение и роль международно-правовой охраны свободы массовой информации (Окинавская Хартия глобального информационного общества).

Вопрос 3. Независимость судебной власти как гарантия свободы массовой информации. Понятие цензуры. Правовые гарантии конституционного запрета цензуры.

Вопрос 4. Самоцензура. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды. Кумулятивный принцип в институте ответственности за злоупотребление свободой массовой информации. Механизм возложения ответственности за злоупотребление свободой массовой информации.

Вопрос 5. Судебная и административная практика по делам о злоупотреблении свободой массовой информации. Противоправное ущемление свободы массовой информации. Ответственность за ущемление свободы массовой информации. Право свободно искать, получать и передавать информацию. Право свободно производить информацию. Право свободно распространять информацию.

Вопрос 6. Государственная тайна: порядок засекречивания и рассекречивания информации, составляющей государственную тайну. Проблема информационной безопасности Российской Федерации. Перечень

сведений, отнесенных к государственной тайне. Правовые режимы тайна информации. Ответственность за нарушение правил конфиденциальной информации. Меры ответственности за нарушение правил конфиденциальной информации, особых правовых режимов информации, распространение ложной или опасной информации.

Вопросы для доклада:

1. Конституция РФ (1993 г.) как основополагающий юридический акт прямого действия.
2. Недопустимость цензуры. Информационная безопасность.
3. Доктрина информационной безопасности.
4. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму.
5. Федеральный закон «О противодействии терроризму».
6. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности»
7. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и его основные понятия.
8. Единый реестр доменных имен и указателей страниц сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, распространение которой в РФ запрещено.

Тема 3. Источники правового регулирования средств массовой информации. Российская и международная практика

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Информационное управление и демократическое развитие. Государственная информационная политика. Доктрина информационной безопасности (2016 г.).

Вопрос 2. Феномен полинормативности в регулировании сферы СМИ. Соотношение правовых, корпоративных и этических норм в сфере СМИ. Право массовой информации в системе российского права и законодательства. Соотношение права СМИ и информационного права.

Вопрос 3. Закон РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г., его основные положения и структурообразующий характер. Информационное законодательство РФ в целом, акты гражданского, административного, уголовного, трудового, процессуального законодательства, содержащие отдельные информационно-правовые нормы.

Вопрос 4. Региональное законодательство о СМИ. Особенности зарубежного законодательства о СМИ.

Тема 4. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации (МИ).

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Охрана интеллектуальной собственности в сфере МИ. Основные тенденции развития авторского права в данной сфере. Соотношение понятий «информация», «массовая информация» и «произведение».

Вопрос 2. Субъекты и объекты авторского права. Право использования произведения. Авторский договор. Знак охраны авторского права и его правовое значение. Сроки действия авторского права.

Вопрос 3. Особенности правового режима служебных произведений в сфере МИ. Периодические печатные издания в целом как объект авторского права.

Вопрос 4. Права организаций эфирного и кабельного вещания. Понятие чести и достоинства. Субъекты права на защиту чести и достоинства. Проблемы, связанные с защитой деловой репутации юридических лиц. Право на опровержение и порядок его реализации. Внесудебное урегулирование споров об опровержении и праве на ответ.

Вопрос 5. Основания освобождения редакции СМИ от ответственности. Проблема разграничения «сведений» и «мнений» в материалах СМИ. Право на ответ. Основные формы злоупотребления правами журналиста и мера ответственности. Правовая защита интересов меньшинств и других идентифицируемых групп.

Тема 5. Предмет и основные принципы правового регулирования медиапроизводства

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Характеристика развития источников права рекламного дела в древнем мире, в средние века и новое время. Современное законодательство о медиапроизводстве зарубежных стран. Особенности формирования средств медиапроизводства и их правового регулирования в РФ.

Вопрос 2. Понятие, сущность и юридические признаки медиаисточников. Понятие и виды участников (субъектов) медиапроизводства, их классификация. Особенности выстраивания коммуникации между основными участниками медиапроизводства. Законодательство, регулирующее правовое положение и организационно-правовые формы субъектов медиапроизводства.

Вопрос 3. Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной и информационной деятельности. Отношения, регулируемые законодательством о рекламе. Необходимость и цели законодательного регулирования производства, размещения и распространения медиaproдуктов. Сфера законодательного регулирования медиапроизводства и случаи его ограничения.

Тема 6. Российское законодательство, регулирующее рекламную и информационную деятельность

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе.

Вопрос 2. Виды ненадлежащей рекламы.

Вопрос 3. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Характеристика нормативно-правовых актов, регулирующих рекламно-информационную деятельность в России.

Вопрос 4. Правовое регулирование отдельных видов рекламы.

Вопрос 5. Правовое регулирование различных способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино и видео обслуживании, размещаемая на почтовых отправлениях, через Интернет.

Вопрос 6. Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров: алкогольной продукции, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания, продукции военного назначения и оружия, финансовых услуг, ценных бумаг, цифровых финансовых активов, услуг по заключению договоров ренты, банковских, деятельности медиаторов, реклама в сфере арбитража (третейского разбирательства).

Вопросы для доклада:

1. Свобода распространения информации. Запрос на получение информации.

2. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования.

3. Виды ответственности за непредоставление информации.

4. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа.

5. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации».

6. Государственная тайна. Порядок отнесения сведений к государственной тайне.

7. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация.

8. Авторское право.

9. Содержание и форма произведения.

10. Регистрация, срок охраны авторского права.

11. Неимущественные права и исключительное право авторов.

12. Аудиовизуальное произведение как объект авторского права.

13. Правовой статус продюсера.

Тема 7. Требования к отдельным способам рекламирования.

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Основные способы телерекламы. Понятие прерывания телепрограммы или телепередачи рекламой. Совмещение рекламы с телепрограммой.

Вопрос 2. Общие и специальные правила распространения телерекламы. Случаи запрета рекламы в телепередачах. Особый порядок распространения спонсорской рекламы. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.

Вопрос 3. Радиопередачи, которые запрещено прерывать рекламой. Правила для спонсорской рекламы в радиопередачах. Требования к рекламе при радиотрансляции спортивных соревнований. Требования к рекламе в радиопрограммах, зарегистрированных в качестве средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. Ограничение уровня звука в радиорекламе.

Вопрос 4. Случаи, когда в Российской Федерации распространение рекламы в радиопрограммах не допускается. Основные требования к размещению текста рекламы в печатных изданиях.

Вопрос 5. Понятие наружной рекламы и рекламных конструкций. Понятие рекламы, распространяемой по сетям электросвязи. Реклама в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

Вопрос 6. Транспортные средства, на которых запрещается размещение рекламы.

Вопрос 7. Разграничение полномочий Российской Федерации, ее субъектов и органами местного самоуправления при осуществлении законодательного регулирования рекламной деятельности. Порядок рассмотрения дел о нарушении законодательства о рекламе

Тема 8. Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламы.

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Основные принципы и механизмы государственного регулирования связей с общественностью рекламной деятельности. Роль антимонопольных органов в регулировании рекламной деятельности и их полномочия. Налоговое регулирование рекламной деятельности.

Вопрос 2. Понятие и виды юридической ответственности в сфере рекламы и связи с общественностью. Административная ответственность за правонарушения в сфере рекламы.

Вопрос 3. Гражданско-правовая ответственность в сфере рекламы. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы.

Вопрос 4. Понятие, признаки саморегулируемой организации в сфере рекламы и значение саморегулирования. Саморегулируемые организации в сфере рекламной деятельности в России и их права. Российская ассоциация

по связям с общественностью (РАСО): структура, основные направления деятельности.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2, Тема 3

Доклад

1. Ограничения с целью противодействия терроризму и экстремизму.
2. Федеральный закон «О противодействии терроризму».
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности»
4. ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» и его основные понятия.
5. Единый реестр доменных имен и указателей страниц сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, распространение которой в РФ запрещено.
6. Конвенция о борьбе с киберпреступлениями и Дополнительный протокол в отношении расизма и ксенофобии.

7. Право на информацию.
8. Доступ к информации: фактические возможности граждан и редакций СМИ.
9. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».
10. Свобода распространения информации. Запрос на получение информации.
11. Порядок отказа или отсрочки в предоставлении информации, их обжалования.
12. Виды ответственности за непредоставление информации.
13. Гласность судопроизводства, исключения из этого принципа.
14. Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации».
15. Государственная тайна. Порядок отнесения сведений к государственной тайне.
16. Коммерческая тайна, иная конфиденциальная информация.
17. Авторское право.
18. Содержание и форма произведения.
19. Регистрация, срок охраны авторского права.

КТ – 2.

Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8

Доклад:

1. Неимущественные права и исключительное право авторов.
2. Аудиовизуальное произведение как объект авторского права.
3. Правовой статус продюсера.
4. Специфика авторских правоотношений в медиа.
5. Защита идеи на ТВ.
6. Правовая охрана телеформатов.
7. Авторское право на интервью.
8. Авторское право на новостное сообщение.
9. Служебные произведения.
10. Реклама и свобода массовой информации.
11. Общие положения Закона РФ «О рекламе».
12. Запрет недобросовестной и недостоверной рекламы.
13. Скрытая реклама.
14. Ограничения на рекламу алкогольных и табачных изделий, наркотических препаратов, медикаментов, медицинских и др. товаров и услуг.

15. Особенности рекламы в радио- и телепрограммах. Права и обязанности рекламодателей, рекламо-производителей и рекламораспространителей.

16. Специфика социальной рекламы.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного опроса:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	2,5	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	2,5	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	2,5	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения и оригинальность</i>	2,5	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы. Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	10	

2. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	2,5	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	2,5	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	2,5	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения и оригинальность</i>	2,5	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между</i>

		<i>частями текста, аргументы подтверждают выводы. Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	10	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительные материалов и оборудование не требуется.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачет*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Соотношение права и деонтологии в регулировании информационно-обменных процессов.
2. Информация как объект правового регулирования. Субъекты и объекты информационных правоотношений.
3. Нормативные источники, регулирующие информационную сферу.
4. Конституционные права граждан в области информации.
5. Международные стандарты в сфере доступа и использования информации.
6. Формы и виды информации по законодательству РФ.
7. Виды информации, для которых запрещено вводить режим тайны. Юридическая защита конфиденциальной информации.
8. Правовое содержание свободы массовой информации.
9. Конституционные гарантии свободы массовой информации.
10. Право человека и гражданина на свободу массовой информации.
11. Значение и роль международно-правовой охраны свободы массовой информации (Окинавская Хартия глобального информационного общества).
12. Понятие цензуры. Правовые гарантии конституционного запрета цензуры. Самоцензура.

13. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды, ответственность
14. Права и обязанности журналистов
15. Ответственность за ущемление свободы массовой информации.
16. Проблема информационной безопасности Российской Федерации.
17. Меры ответственности за нарушение правил конфиденциальной информации, особых правовых режимов информации, распространение ложной или опасной информации.
18. Характеристика «Доктрины информационной безопасности РФ» (2016 г.)
19. Закон РФ «О средствах массовой информации»: основные положения и структурообразующий характер.
20. Периодические печатные издания в целом как объект авторского права.
21. Охрана интеллектуальной собственности в сфере массовой информации.
22. Субъекты и объекты авторского права.
23. Право использования произведения.
24. Понятие чести и достоинства. Субъекты права на защиту чести и достоинства.
25. Проблемы, связанные с защитой деловой репутации юридических лиц.
26. Понятие, сущность и юридические признаки рекламы.
27. Понятие и виды участников (субъектов) рекламной деятельности, их классификация.
28. Гражданское и международное право и их роль в правовом регулировании рекламной и информационной деятельности.
29. Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности.
30. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения.
31. Общие и специальные требования к рекламе.
32. Виды ненадлежащей рекламы.
33. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
34. Защита персональных данных (152-ФЗ «О персональных данных»)
35. Правовое регулирование отдельных видов рекламы.
36. Правовое регулирование различных способов распространения рекламы
37. Правовое регулирование рекламирования алкогольной продукции.
38. Правовое регулирование рекламирования лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг.

39. Правовое регулирование рекламирования биологически активных добавок и пищевых добавок, продуктов детского питания

40. Правовое регулирование рекламирования продукции военного назначения и оружия.

41. Правовое регулирование рекламирования ценных бумаг, услуг по заключению договоров ренты, банковских, страховых и иных финансовых услуг.

42. Основные требования к размещению текста рекламы в печатных изданиях

43. Понятие рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.

44. Основные требования к рекламе в информационно-коммуникационной сети «Интернет».

45. Основные требования и ограничения к размещению рекламы на транспортных средствах

46. Роль антимонопольных органов в регулировании рекламной деятельности и их полномочия.

47. Понятие, признаки саморегулируемой организации в сфере рекламы и значение саморегулирования.

48. Саморегулируемые организации в сфере рекламной деятельности в России и их права.

49. Российская ассоциация по связям с общественностью (РАСО): структура, основные направления деятельности.

50. Этические кодексы в сфере журналистики, связей с общественностью, рекламной практики

Пример практического задания

Задания на изображение схем правового регулирования и систем правового обеспечения

Изобразите, пожалуйста, графически одну из следующих схем (по указанию преподавателя):

1) простейшую схему органов государственного управления, обеспечивающих правовое регулирование массовой коммуникации в Российской Федерации;

2) схему правоотношений, возникающих при осуществлении рекламной деятельности;

3) схему видов правовой ответственности, возникающих при осуществлении рекламной деятельности.

Задания на соотнесение понятия и его определения

1. Понятия: реклама, рекламораспространитель, оператор социальной рекламы

Определения:

а) информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке;

б) лицо, осуществляющее деятельность по обеспечению функционирования рекламной системы

в) лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств

Задания на подбор практических примеров

Приведите примеры словосочетаний, фраз, предложений, которые могут быть отнесены к одному из видов рекламной информации к неэтичной рекламе.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации

Тема 1 – Тема 3 (ОПК-6.1.)

Тип задания	Инструкция	Вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Какая из приведенных ниже характеристик нарушает принципы этического поведения в журналистике? 1. Анонимность источников информации 2. Объективность и баланс в предоставлении информации 3. Разглашение личной жизни государственных деятелей 4. Исключение публикации материалов, несущих потенциальный вред обществу
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Какое из нижеперечисленных действий в рамках медийной сферы считается нарушением законов о защите авторских прав? 1. Цитирование с указанием источника 2. Публикация собственных идей и мнений 3. Распространение информации с общественного интереса 4. Использование чужих текстов без разрешения и без указания авторства
Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между определением и его содержание	1) Медиаправо 2) Бренд-журналистика 3) Информанты а) совокупность видов деятельности по планированию, созданию, распространению и продвижению контента, в которой участвуют сотрудники коммерческих и некоммерческих компаний б) специфическая подотрасль права, которая регулирует общественные отношения, возникающие в области средств массовой информации и современных (новых) медиа в) специальные субъекты масс-медиа
Закрытое (на сопоставление)	Установите соответствие между видом цветовой	1) Авторское право 2) Иск

	схемы и изображением	3) Свобода массовой информации а) это требование истца (юридически заинтересованного лица) к суду первой инстанции о защите спорного субъективного права и законного интереса. б) конституционные гарантии независимого функционирования СМИ в отдельно взятой стране. в) интеллектуальные права на произведения
--	----------------------	---

Тема 4 – Тема 8 (ОПК-6.2.)

Тип задания	Инструкция	Вопрос
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	1. Монополия 2. Экстремизм 3. Противдействие экстремизму в медиапространстве А. приверженность крайним и радикальным взглядам, методам действий. Б. рыночная структура, при которой крупная компания осуществляет контроль над производством и сбытом одного или нескольких видов товара или продукции. В. определенный набор специфических действий направленных на формирования определенного мировоззрения как у массовой аудитории, так и у отдельных групп
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	а) Конфиденциальность б) Защита частной информации в) Защита персональных данных 1) соблюдение правил безопасности для сохранения конфиденциальной информации в тайне. 2) требование о неразглашении какой-либо личной информации, сохранении её секретности и предотвращении её утечки 3) комплекс мероприятий технического, организационного и организационно-технического характера, направленных на защиту сведений, относящихся к определённой или определяемому на основании такой информации физическому лицу
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение	Размещение рекламы с использованием ложных утверждений является ...этических стандартов в рекламной деятельности в медиа
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение:	Преследование журналистов за высказывание критических мнений считается нарушением принципов ...в медийной сфере

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину,</i>	40

<i>самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительные материалы и оборудование не требуются.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента

при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Тестирование. Проводится по всему содержанию дисциплины на последних семинарских занятиях.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов для экзамена и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения экзамена могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для экзамена, преподаватель имеет право выставить оценку «неудовлетворительно».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к экзамену.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности: учебное пособие. - Москва : Университетская книга, 2023. - 368 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213116>

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов. — М.: Издательство Юрайт, 2022. — 337 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Позднякова Е.А. Авторское право. – М.: Юрайт, 2016. – <https://www.biblio-online.ru/viewer/22C94249-9E70-4D71-B290-F4521E267334#page/1>

2. Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности. – М.: Юриспруденция, 2012. – <http://idp.nwipa.ru:2945/8056>

3. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М.: МГУ, 2002. – <http://idp.nwipa.ru:2945/13105>

4. Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе». – М.: Статут, 2012. – <http://idp.nwipa.ru:2945/28975>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2014).

2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06. 2013 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06. 2014).

8.4 Интернет-ресурсы

1. Официальный сайт Федеральной монопольной службы России: <https://fas.gov.ru/>

2. Официальные сайты профессиональных сообществ в сфере связей с общественностью и рекламы: 1. <http://www.raso.ru;> 2. <http://www.sovet reklama.org>

3. База судебных и нормативных актов РФ <https://sudact.ru/>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.