

ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БРЯНСКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Экономики и управления
Ерохин Д.В.

Рабочая программа учебной дисциплины

Правовые основы рекламы и PR

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная

Составитель программы:
Петрухина Н.В.

Брянск
2025

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
КВАЛИФИЦИРОВАННОЙ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ
Сертификат: 01DAF20DF11AE8200080F7A381D0002
Владелец: Прокопенко Любовь Леонидовна
Действителен: с 19.08.2024 до 19.08.2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине	4
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)	6
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)	6
4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам	8
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	13
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	14
8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	18
9.1 Лицензионное программное обеспечение	18
9.2 Электронно-библиотечные системы:	18
9.3 Современные профессиональные баз данных:	18
9.4 Информационные справочные системы:	19
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	19

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Правовые основы рекламы и PR» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512, зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 г. № 74220 (ред. от 27.02.2023 г.)

- приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

- учебным планом (очной формы обучения), составленными на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Правовые основы рекламы и PR». Дисциплина дает представление теоретических основ механизма государственного регулирования информационной деятельности

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть Дисциплины (модули), модуль общепрофессиональной подготовки учебных планов по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью уровень бакалавриата.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре (для очной формы обучения).

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Цель изучения дисциплины «Правовые основы рекламы и PR» - изучение теоретических основ механизма государственного регулирования информационной деятельности, в частности рекламной деятельности, а также формирование навыка использовать основы правовых знаний в сфере своей профессиональной деятельности.

Основные задачи дисциплины:

- создание системных представлений о процессе рекламной коммуникации и его - изучить понятия «государственное регулирование» и «государственное управление», особенности их применения в отношении рекламной и информационной деятельности;

- определить общие и специальные требования, предъявляемые законодательством к осуществлению рекламной и информационной деятельности;

- изучить субъектный состав информационных правоотношений, основные права и обязанности сторон указанных отношений, а также их ответственность за нарушение законодательства о рекламе и о СМИ;

- рассмотреть особенности участия основных сил в регулировании рекламно-информационной деятельности (потребители, общественные организации, государство).

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:

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

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-7 -Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) и на основе профессиональных стандартов:

06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 19 июля 2022 г. N420н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22 августа 2022 г., регистрационный N69714);

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N33973), соотнесённых с федеральным государственным образовательным стандартом по указанному направлению подготовки.

Код компетенции	Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
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-2.2 Выбирает оптимальные способы решения задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
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 Анализирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Анализирует цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и	Контактная работа: Лекции Практические занятия Самостоятельная работа

		нормами, принятыми профессиональным сообществом	
--	--	---	--

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы

3.1 Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объём дисциплины	Очная форма обучения
	2 семестр
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	66
Аудиторная работа (всего):	66
в том числе:	
Лекции	36
семинары	14
практические занятия	14
лабораторные работы	-
Внеаудиторная работа (всего):	
в том числе:	
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	78
Консультация	2
Контроль	36
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	экзамен

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

для очной формы обучения

№	Наименование темы	Всего часов	Контактные (аудиторные) часы	из них				Консультация	Самостоятельная работа	Контроль	Формируемые компетенции
				Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Семинарские занятия				
1	Правовое регулирование PR-деятельности. Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации Обеспечение гарантий свободы массовой	14	6	4	-	-	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2

2	информации в Российской Федерации.	14	6	4	-	-	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
3	Особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации в РФ	16	8	4	-	2	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
4	Основное содержание Закона РФ «О средствах массовой информации» и ответственность за его нарушение.	16	8	4	-	2	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
5	Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации.	16	8	4	-	2	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
6	Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации	16	8	4	-	2	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
7	Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ. Основное содержание Федерального закона «О рекламе»	18	10	6	-	2	2	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
8	Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности	16	8	6	-	2	-	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
9	Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	16	8	6	-	2	-	-	8	-	УК-2.2; ОПК-5.1; ОПК-7.1; ОПК-7.2
	Консультация перед экзаменом	2						2			
	Подготовка к экзамену	27								27	
	Экзамен	9								9	
	Итого	180	70	42	-	14	14	2	72	36	
	Общая трудоёмкость по дисциплине - 180										

4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)

Тема 1. Правовое регулирование PR-деятельности. Акты информационного законодательства. Направления правового регулирования отношений в области массовой информации

Информация и общество. Место информационной деятельности в общественном устройстве*. Правовые и этические критерии деятельности специалиста по связям с общественностью. Субъекты массово-информационных отношений и их основные функции. PR-специалист и специалист по рекламе как субъекты информационных отношений.

Особенности и составляющие системы законодательства о СМИ в России. Роль

информационного законодательства в деятельности специалиста по PR. Конституция Российской Федерации как регулятор деятельности в сфере массово-информационных отношений. Особенности правового регулирования сферы массовой информации. Структурообразующие федеральные законы, регулирующие сферу массовой информации. Понятие «информационное законодательство». Составляющие информационного законодательства. Роль информационного законодательства в работе специалиста по связям с общественностью. Основные правовые ориентиры PR-деятельности в информационном законодательстве.

Перечень актов информационного законодательства, необходимых в деятельности специалиста по связям с общественностью. Перечень Постановлений Правительства РФ и дополнительных НПА, необходимых в работе PR-специалиста. Содержание Доктрины информационной безопасности РФ*. Содержание Концепции развития информационного общества РФ*.

Элементы этического регулирования деятельности специалиста по связям с общественностью.

Проблемы нарушения законодательства о СМИ специалистами пресс-служб и отделов по связям с общественностью. Основные причины. Уровень гласности в России.

Тема 2. Обеспечение гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации

Задачи и основные принципы государственного регулирования информационной деятельности. Механизм государственного и правового обеспечения информационной деятельности. Государство как гарант свободы массовой информации.

Гарантии свободы массовой информации в Конституции Российской Федерации. Гарантии свободы массовой информации в Федеральном законе РФ «О средствах массовой информации».

Основные виды злоупотреблений свободой массовой информации. Виды информации, запрещенной к распространению нормами российского законодательства.

История развития гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации*. Содержание понятия «цензура» согласно норме Федерального Закона «О средствах массовой информации». Основные проявления цензуры в деятельности специалиста по связям с общественностью. Недопустимость цензуры. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Свобода слова и свобода печати: различия*.

Тема 3. Особенности регулирования информационных отношений, возникающих при производстве, распространении и потреблении массовой информации в РФ

Субъекты информационных отношений и их правовой статус. Основные направления правового регулирования отношений в области массовой информации.

Внутренние и внешние информационные правоотношения.

Организация деятельности средства массовой информации. Регистрация СМИ. СМИ, свободные от регистрации. Правовое положение учредителя и редакции. Правовое положение издателя.

Нормативное регулирование процесса отказа в предоставлении информации журналисту. Форма отказа. Легитимные причины отказа PR-специалистом в предоставлении информации по запросу редакции СМИ. Особенности процедуры отказа и отсрочки в предоставлении информации по запросу редакции СМИ. Обязательные действия пресс-службы или PR-специалиста по обеспечению легитимности отказа или отсрочки в предоставлении информации в СМИ.

Нормы Федерального Закона «О средствах массовой информации», обеспечивающие возможность опровержения недостоверной информации,

распространенной в СМИ. Правила, форма и процедура опровержения информации. Виды информации, ограниченной в распространении, согласно информационному законодательству. Виды тайн (государственная, коммерческая, персональная) и их характеристики.

Основные правовые нормы взаимодействия журналиста и PR-специалиста (специалиста пресс-службы). PR-специалист как источник информации для СМИ. Особенности предоставления информации в СМИ с условием сохранения информации и/или источника информации в тайне: нормативные требования и объективные ограничения.

Нормы распространения массовой информации. Выходные данные и тираж. Лицензирование телерадиовещания*.

Отношения СМИ с гражданами и организациями. Права и обязанности журналиста СМИ*.

Тема 4. Основное содержание Закона РФ «О средствах массовой информации» и ответственность за его нарушение

Федеральный закон РФ «О средствах массовой информации». Значение закона. Главы и разделы. Основные определения, данные в законе. Определение терминов «массовая информация» и «средства массовой информации» в Федеральном Законе «О средствах массовой информации». Структура ФЗ «О средствах массовой информации». Основные «пробелы» в ФЗ «О средствах массовой информации» *. Основные положения Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», имеющие значение для работы специалиста по связям с общественностью.

Ответственность за нарушение ФЗ «О средствах массовой информации». Виды ответственности за нарушение норм Федерального Закона «О средствах массовой информации» и особенности возложения ответственности на субъекты массово-информационной деятельности.

Ситуации использования ФЗ «О средствах массовой информации» специалистом по связям с общественностью в профессиональной деятельности. Основные ошибки.

Основные виды нарушений прав журналиста, указанных в ФЗ «О средствах массовой информации» в деятельности специалиста по связям с общественностью. Органы, регулирующие отношения в сфере массово-информационной деятельности. Направления и задачи деятельности Роскомнадзора.

Разновидности ситуаций, в которых представители СМИ освобождаются от ответственности за распространение информации, не соответствующей действительности.

Тема 5. Аккредитация: понятие и значение. Система и проблемы аккредитации в РФ. Виды аккредитации

Нормы ФЗ «О средствах массовой информации», касающиеся процедуры аккредитации журналистов средств массовой информации. Система аккредитации журналистов в России и за рубежом. Основные проблемы в области аккредитации журналистов. Виды аккредитации. Ограничения доступа к информации в процессе аккредитации.

Аккредитация СМИ: содержание и функции. Проблема использования системы аккредитации в качестве инструмента манипуляции журналистом.

Типовые правила аккредитации СМИ: содержание, основные положения. Разновидности нарушений законодательства о СМИ в правилах аккредитации журналистов.

Деятельность Фонда защиты гласности по выявлению нарушений в области аккредитации журналистов*. Информационные фильтры власти.

Положение о пресс-службе и типовые правила аккредитации в федеральных и региональных органах государственной власти и местного самоуправления.

Тема 6. Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации

Государственная поддержка средств массовой информации в России. Государственные льготы для СМИ: виды, нормы предоставления. Налогообложение в сфере СМИ*.

Открытие информации органов государственной власти и местного самоуправления.

Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение.

Нормы Федерального закона «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации».

Сообщения, обязательно включаемые в информационные программы государственными федеральными аудиовизуальными средствами массовой информации, в день, когда состоялось соответствующее событие.

Оперативное информирование телезрителей и радиослушателей об официальных визитах глав иностранных государств или правительств в Российскую Федерацию, об официальных визитах за рубеж Президента РФ, делегаций Совета Федерации и Государственной Думы, Правительства РФ.

Обязательные еженедельные обзорные информационно-просветительские программы.

Обязанности государственных региональных средств массовой информации по освещению деятельности глав регионов*.

Контроль за соблюдением органами государственной власти и государственными аудиовизуальными средствами массовой информации требований законодательства РФ о порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации.

Обязательное опубликование в печатных СМИ нормативно-правовых актов*.

Тема 7. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ. Основное содержание Федерального закона «О рекламе»

Предмет и основные принципы правового регулирования рекламно-информационной деятельности. Источники правового регулирования рекламно-информационной деятельности в России.

Понятие и виды участников (субъектов) рекламной деятельности, их классификация: рекламодатели, рекламопроизводители и рекламораспространители. Законодательство, регулирующее правовое положение и организационно-правовые формы субъектов рекламной деятельности.

Федеральный закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности: структура закона. Цели и сфера применения Закона РФ «О рекламе», его основные положения. Общие и специальные требования к рекламе.

Содержание понятия «реклама» в Федеральном Законе Российской Федерации «О рекламе». Объекты рекламирования и основные участники рекламного процесса согласно ФЗ РФ «О рекламе».

Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей. Ответственность за неисполнение и ненадлежащее исполнение ими своих обязанностей. Правовая защита участников рекламной деятельности.

Другие нормативные акты, регулирующие рекламно-информационную деятельность в России.

Правовое регулирование способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и радиопередачах, распространяемая при кино- и

видеообслуживании, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.

Тема 8. Правовое регулирование отдельных видов рекламы. Договоры в рекламной деятельности

Правовое регулирование рекламирования отдельных видов товаров. Правовое регулирование рекламы алкогольной продукции, пива и напитков, изготавливаемых на его основе, табака, табачных изделий и курительных принадлежностей, лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, продукции военного назначения и оружия, ценных бумаг, услуг по заключению договоров аренды*.

Особенности отдельных способов распространения рекламы, их правовое регулирование и соответствующие нормативные ограничения. Особенности рекламирования отдельных видов товаров, их правовое регулирование и соответствующие нормативные ограничения. Защита прав несовершеннолетних в рекламе*.

Договоры в рекламно-информационной деятельности. Понятие и виды договоров, применяемых в рекламно-информационной деятельности. Порядок их заключения.

Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности. Свобода договора.

Права, обязанности и ответственность сторон договора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств. Права и мера ответственности рекламного агентства. Страхование регулирования рекламной деятельности.

Тема 9. Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за правонарушения в сфере рекламной и информационной деятельности

Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция. Содержание понятия «скрытая реклама» в Федеральном Законе Российской Федерации «О рекламе» и основные проблемы его интерпретации.

Понятие «ненадлежащая реклама» в Федеральном Законе Российской Федерации «О рекламе». Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция и правовые способы борьбы с ней.

Недобросовестная реклама как категория Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе», ее виды и правовые способы борьбы с ней.

Недостоверная реклама как категория Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе», ее виды и правовые способы борьбы с ней.

Права потребителей на добросовестную и правдивую информацию об изготовителе товара, о товаре, его качестве и безопасности. Ответственность за нарушение прав потребителей.

Товары и услуги, реклама которых запрещена нормами современного законодательства Российской Федерации о рекламе.

Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой.

Организация саморегулирования рекламно-информационной деятельности. Основные саморегулирующие организации и профессиональные кодексы этики в рекламной деятельности. Понятие саморегулирующей организации, её правовой статус и полномочия*. Роль и права ассоциаций участников рекламного процесса в организации саморегулирования рекламной деятельности.

Основные виды ответственности за правонарушения в рекламной деятельности*. Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность. Административные санкции и порядок их наложения. Основные виды преступлений в сфере рекламно-информационной

деятельности и меры их предупреждения.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа обучающихся при изучении курса «Правовые основы рекламы и PR» предполагает, в первую очередь, работу с основной и дополнительной литературой. Результатами этой работы становятся выступления на практических занятиях, участие в обсуждении.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей обучающихся. Время и место самостоятельной работы выбираются обучающимися по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы «Правовые основы рекламы и PR», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе установочных занятий. Затем – приступать к изучению отдельных разделов и тем в порядке, предусмотренном программой.

Получив представление об основном содержании раздела, темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, указанных в разделе 7 указанной программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данного раздела и включенных в него тем. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект. Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 358 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18185-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565068>
2. Связи с общественностью в органах власти : учебник для вузов / М. М. Васильева [и др.] ; под редакцией М. М. Васильевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20393-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560204>
3. Коноваленко, В. А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : учебник / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14728-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535909>

Дополнительная литература:

1. Технология формирования имиджа, PR и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15152-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567286>
2. Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для вузов / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. —

Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 163 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/564892>

3. Ефанов, А. А. Социология медиакультуры и медиаобразования : учебное пособие для вузов / А. А. Ефанов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 124 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12432-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543004>

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
1	КонсультантПлюс : справочная правовая система. — Москва : Консультант Плюс, 1992 – . — Режим доступа: лок. сеть вуза. — Обновляется ежекварт. — Текст : электронный.
2	ЮРАЙТ : образовательная платформа : [сайт]. — Москва, 2024 – URL: https://urait.ru/ – Режим доступа: по подписке. — Текст : электронный.
3	IPR SMART : [взамен IPRbooks] : цифровой образовательный ресурс : [сайт] . — Москва, 2024 – . — URL: https://www.iprbookshop.ru . — Режим доступа: по подписке. — Текст : электронный.
4	Сервер электронно-дистанционного обучения БИУБ: [электрон. образоват. ресурс для студентов всех форм обучения]: [сайт]. — URL: https://biub.ru/student/resources/ . — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст: электронный.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид деятельности	Методические указания по организации деятельности обучающегося
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом практических занятий, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; формирования умений использовать основную и дополнительную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию практических умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы обучающихся: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; поиск необходимой информации в сети Интернет; подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к зачету с оценкой). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет;

	основную и дополнительную литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы обучающихся, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, которое включает цель задания, его содержание, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Формы контроля самостоятельной работы: просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем; рефлексия выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии – предоставление обратной связи; проведение устного опроса.
Опрос	Устный опрос по основной терминологии может проводиться в процессе практического занятия в течение 15-20 мин. Позволяет оценить полноту знаний контролируемого материала.
Тест	Тест включает в себя 20 вопросов с вариантами ответов. На тестирование отводится 40 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос даётся 5 баллов. Для зачета по тестированию необходимо набрать 50% и более правильных ответов.
Доклад	Текст доклада должен составлять 3-5 печатных листа. Данный объем текста обеспечит выступление студента в течение 7-10 минут. Структура доклада традиционно состоит из трех разделов: введения, основной части и заключения. Доклад желательно сопровождать презентацией.
Подготовка к зачету/экзамену	При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к сдаче зачета по дисциплине - это повторение всего материала дисциплины, по которому необходимо сдавать промежуточную аттестацию. При подготовке к сдаче зачета обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка обучающегося к зачету включает в себя три этапа: самостоятельная работа в течение семестра; непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся в вопросах зачета. Зачет проводится по вопросам, охватывающим весь пройденный материал дисциплины, включая вопросы, отведенные для самостоятельного изучения. Для успешной сдачи зачета с оценкой по дисциплине обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы обучающимся; семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на зачете; готовиться к промежуточной аттестации необходимо начинать с первого практического занятия.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Правовые основы рекламы и PR» необходимо использование следующих помещений:

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, практических занятий, проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (аудитория 704) Оснащение: Меловая доска – 1 шт. Трибуна – 1 шт. Стол ученический – 13 шт. Стул ученический – 26 шт.
Помещение для самостоятельной работы с возможностью подключения к Интернету и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду (аудитория 403) Оснащение: Стол ученический – 5 шт. Стул ученический – 10 шт. Персональный компьютер с периферией и выходом в интернет (лицензионное программное обеспечение, образовательный контент, система защиты от вредоносной информации) – 4 шт. Принтер – 1 шт.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

9.1 Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional — OEM-лицензии (поставляются в составе готового компьютера);
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional — OEM-лицензии (для образовательных учреждений);
4. Операционная система Linux: Open-source;
5. Свободный пакет офисных приложений Open Office;
6. Свободный пакет офисных приложений Libre Office;
7. Комплексная система антивирусной защиты рабочих станций Dr.Web Desktop Security Suite LBW-BC-12M-50-B1;
8. Программные средства АПК Аналитик – авто
9. Программный комплекс SciLab — свободная лицензия CeCILL.

9.2. Электронно-библиотечная система:

1. Электронно-библиотечная система IPR BOOKS (www.iprbookshop.ru)
2. Образовательная платформа ЮПАЙТ (<https://biblioonline.ru/catalog/legendary> и <https://urait.ru/catalog/legendary>)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU ([www: http://elibrary.ru](http://elibrary.ru))

9.3. Современные профессиональные базы данных:

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>.
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
4. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
5. База данных научных журналов на русском и английском языке ScienceDirect. Открытый доступ к метаданным научных статей по различным направлениям наук. Поиск рецензируемых журналов, статей, глав книг и контента открытого доступа <http://www.sciencedirect.com/>

9.4. Информационные справочные системы:

1. Информационно-правовой портал Гарант <https://www.garant.ru>
2. Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
3. Национальная электронная библиотека <http://www.nns.ru/>
4. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
5. Реестр примерных основных общеобразовательных программ <https://fgosreestr.ru/>
6. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>
7. Электронные ресурсы Российской государственной библиотеки <http://www.rsl.ru/ru/root3489/all>

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в БИУБ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами невидимого доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура.