

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Кафедра Национальной безопасности и международного права

Рабочая программа дисциплины

**ОСНОВЫ ПРАВОВЫХ ЗНАНИЙ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

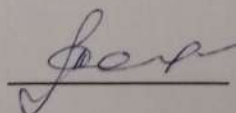
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

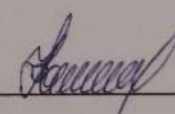
Направленность (профиль):
**Реклама и связи с общественностью
(программа широкого профиля)**

Уровень:
Бакалавриат

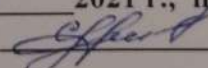
Форма обучения
Очная

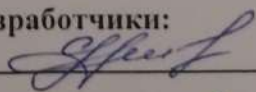
Согласовано
Руководитель ОПОП
Реклама и связи с общественностью
(программа широкого профиля)

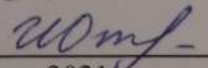
 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
24 июня 2021 г. протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании кафедры
10 июня 2021 г., протокол № 11
Зав. кафедрой  Никифорова Е.Н..

Авторы-разработчики:
 Никифорова Е.Н.

 Отто И.П.
Санкт-Петербург 2021

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов комплекса знаний, навыков и компетенций в области законодательной деятельности и специфики правового регулирования рекламы и связей с общественностью (СО), а также исследований особенностей регулирования рекламы в СМИ.

Задачи:

- определить общие и специальные требования, предъявляемые законодательством к осуществлению PR и рекламной 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 рекламной информационной деятельности (потребители, общественные организации, государство);
- сформировать систему знаний о правах и обязанностях рекламодателей, производителей и распространителей рекламы.

2. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина «Основы правовых знаний в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам обязательной части ОПОП, обеспечивающая подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина изучается в 6 семестре, объем -108 ак. часа, 3 з.е.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин: «Введение в профессиональную деятельность», «Правоведение и антикоррупционные стандарты поведения», «Реклама в коммуникационном процессе», «Теория и практика связей с общественностью», а также Профессионально-творческая практика.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны:

иметь представление:

- о месте гражданина России в существующей системе экономических и политических отношений, регулируемых правом, об условиях и порядке участия в качестве субъектов правоотношений в экономической и политической жизни страны;

- о действиях и поступках, составляющих угрозу безопасности личности;

- о месте России в мировом сообществе, знать историю ее развития;

уметь:

- формулировать и выражать свои мысли в доступной форме;

- ориентироваться в общей политике государства и принципах правового регулирования общественных отношений;

владеть:

- совокупностью конкретных правил поведения на улице, в учреждениях, основанных на уважении к правам и свободам других граждан;

- навыками логического мышления.

Параллельно с дисциплиной «Основы правовых знаний в рекламе и связях с общественностью» изучается «Теория и практика связей с общественностью».

Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенции УК-2, ОПК-5.

Универсальные компетенции

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
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-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.	Знать: – базовые понятия по основным отраслям национального права; – основные положения правоотношений; – виды правонарушений и ответственности за них. Уметь: – толковать правовые нормы; – ориентироваться в основных положениях нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в профессиональной сфере; – применять в своей деятельности нормы институтов, под отраслей и отраслей национального права. Владеть: – навыками работы с нормативными правовыми актами; – иметь четкую установку на законопослушание, негативно относиться к нарушению правопорядка; – навыками самостоятельно исследовать положения нормативно-правовых актов, применяемых в профессиональной деятельности; – навыками публичного выступления по проблемам коррупции и ее противодействию.
	УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач.	Знать: нормативно-правовую основу в рамках выполнения задач в зоне своей ответственности – иметь представление о месте гражданина России в существующей системе экономических и политических отношений, регулируемых правом, об условиях и порядке участия в качестве субъектов

		правоотношений в экономической и политической жизни страны; – иметь представление о действиях и поступках, способствующих нанесению репутационного вреда, организации, личности, а также ответственности за них. составляющих угрозу безопасности личности, знать о правилах поведения в обществе. Уметь: – применять в своей деятельности нормы институтов, под отраслей и отраслей национального права; – взаимодействовать в ходе служебной осуществлять профессиональную деятельность с учетом этических правовых норм требованиями к служебному поведению; – использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности и сфере противодействия коррупции. Владеть: – совокупностью конкретных правил поведения на улице, в учреждениях, основанных на уважении к правам и свободам инвалидов; – иметь четкую установку на законопослушание, негативно относиться к нарушению правопорядка; – методами защиты своих прав; – навыками самостоятельно исследовать положения нормативно-правовых актов, применяемых в профессиональной деятельности; – навыками профессиональной профилактики коррупционных преступлений и правонарушений; навыками анализа и оценки данных о состоянии коррупции, её прогнозировании, выяснения причин и выработки мер по противодействию ей; – навыками публичного выступления по проблемам коррупции и ее противодействию.
--	--	--

Общепрофессиональные компетенции

Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя и политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знать: –правовое регулирование видов и средств рекламы; – правовые основы классификации рекламы; –Правовое регулирование способов распространения рекламы; –правовые основы организации и деятельности различных типов рекламных агентств, их преимущества и недостатки; -гражданско-правовую ответственность за нарушения обязательств по договорам; - Виды ненадлежащей рекламы; – понятие недобросовестной конкуренции - Административные санкции и порядок их наложения. Уметь: - ориентироваться в основных положениях нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в рекламной деятельности; – применять в своей деятельности нормы институтов и отраслей национального права – использовать основы правовых знаний о видах договоров, применяемых в рекламной деятельности; Владеть: – навыками составления договоров, применяемых в рекламной деятельности; - навыками планирования рекламной деятельности; – приемами разработки рекламной стратегии; –навыками использование нормативно-правовых актов при распределении бюджета для осуществления рекламной деятельности;

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем дисциплины

Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Объем дисциплины по видам учебных занятий в академических часах
(2021 год набора)

Объем дисциплины	Всего часов		
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Объем дисциплины	108	-	-
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	42		
в том числе:			
лекции	14	-	-
занятия семинарского типа:	-	-	-
практические занятия	28	-	-
лабораторные занятия	-	-	-
Самостоятельная работа (далее – СРС) – всего:	66	-	-
в том числе:			
курсовая работа	-		
контрольная работа	-		
Вид промежуточной аттестации	Экзамен (VI семестр)	-	-

Объем дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	108
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	56
в том числе:	
лекции	14
практические занятия	28
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	66
в том числе:	
курсовая работа	-
контрольная работа	-
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

4.2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п /п	Раздел / тема дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успевае- мости	Формиру- емые компетенции	Индикато- ры до- стижения ком- петенций
			Лекции	Практические занятия	СРС			
1.	Тема 1 Правовое регулирование PR- деятельности.	6	1	4	7	Доклады.	УК-2	УК-2.3, УК-2.4
2.	Тема 2. Свобода массовой информации в Российской Федерации	6	1	4	7	Блиц-опрос. Доклады.	УК-2, ОПК-5	УК-2.3, УК-2.4, ОПК-5.1
3.	Тема 3. Закон РФ «О средствах массовой информации» и Ответствен- ность за его нарушение	6	2	4	7	Доклады Задания	УК-2, ОПК-5	УК-2.3, УК-2.4, ОПК-5.1
4.	Тема 4. PR деятельность в органах государствен- ной власти	6	2	4	7	Доклады студентов с обсужде- нием и анализом.	ОПК-5	ОПК-5.1
5.	Тема 5. Закон «О рекламе». Регулирование рекламной деятельности в РФ	6	2	4	7	Блиц-опрос. Доклады. Презента- ции Задания	ОПК-5	ОПК-5.1
6.	Тема 6. Договоры в рекламной деятельности	6	2	4	7	Блиц-опрос. Доклады Ответ на теоретичес- кий вопрос	УК-2	УК-2.3, УК-2.4
7.	Тема 7.	6	2	2	7	Блиц-опрос.	ОПК-5	ОПК-5.1

	Договор об авторском праве					Доклады.		
8.	Тема 8. Не надлежащая реклама. Юридическая ответственность за нарушения в сфере рекламной и информационной деятельности	6	2	2	7	Блиц-опрос.	УК-2	УК-2.3, УК-2-4
9.	Подготовка к экзамену	6	-	-	10	-	-	-
10.	ИТОГО – 144 часа		14	28	66	-	-	-

4.3. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Правовое регулирование PR-деятельности

Информация и общество. Правовые и этические критерии деятельности специалиста по связям с общественностью. 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.

Тема 2. Свобода 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».

История развития гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации. Недопустимость цензуры. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Свобода слова и свобода печати: различия.

Тема 3. Закон 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.

Структура ФЗ «О средствах массовой информации». Основные «пробелы» в ФЗ «О средствах массовой информации». Ответственность за нарушение ФЗ «О средствах массовой информации». Виды ответственности.

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.

Тема 4. PR деятельность в органах государственной власти

Государственная поддержка средств массовой информации в России. Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение.

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.

Обязательная публикация в печатных СМИ нормативно-правовых актов.

Тема 5. Закон «О рекламе». Регулирование рекламной деятельности в РФ

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.

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 видео-обслуживании, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.

Тема 6. Договоры в рекламной деятельности

Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности. Свобода договора. Порядок заключения, изменения и расторжения договоров в рекламе.

Права, обязанности и ответственность сторон договора за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств.

Права и мера ответственности рекламного агентства.

Страховое регулирование рекламной деятельности.

Тема 7. Договоры об авторском праве

Объекты авторского права. Общая характеристика авторского договора. Правовая природа договоров о распоряжении исключительным правом.

Виды авторских договоров. лицензионные договоры о передаче исключительных и неисключительных прав. Сублицензионный договор. Договор авторского заказа.

Существенные условия авторских договоров. Особые условия издательского лицензионного договора. Форма авторского договора и порядок его заключения. Ответственность сторон за нарушение авторского договора. Презумпции, применяемые при толковании авторского договора. Ответственность автора. Ответственность пользователя. Прекращение авторского договора.

Тема 8. Ненадлежащая реклама. Юридическая ответственность за нарушения в сфере рекламной и информационной деятельности

Виды ненадлежащей рекламы. Недобросовестная конкуренция.

Федеральный антимонопольный орган и его полномочия по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности. Полномочия региональных и муниципальных органов по контролю над рекламой. Понятие саморегулирующей организации, ее правовой статус и полномочия. Роль и права ассоциаций участников рекламного процесса в организации саморегулирования рекламной деятельности.

Административные санкции и порядок их наложения. Основные виды преступлений в сфере рекламно-информационной деятельности и меры их предупреждения

4.4. Содержание практических занятий

Содержание практических занятий для очной формы обучения

№ темы дисциплины	Тематика практических занятий	Всего часов	В том числе часов практической подготовки
1	Правовые и этические критерии деятельности специалиста по связям с общественностью.	4	-
2	Гарантии свободы массовой информации в Конституции Российской Федерации. Гарантии свободы массовой информации в Федеральном Законе РФ «О средствах массовой информации». История развития гарантий свободы массовой информации в Российской Федерации. Недопустимость цензуры. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации. Свобода слова и свобода печати: различия.	4	-
3	О средствах массовой информации	4	-
4	Государственная поддержка средств массовой информации в России. Государственные федеральные СМИ: определение. Информационные программы: определение. Сообщения, обязательно включаемые в информационные программы государственными федеральными аудиовизуальными средствами массовой информации, в день, когда состоялось соответствующее событие.	4	-
5	Правовое регулирование способов распространения рекламы: в периодических печатных изданиях, в радиопрограммах и	4	-

	радиопередачах, распространяемая при кино- и видео-обслуживании, распространяемая по сетям электросвязи и размещаемая на почтовых отправлениях.		
6	Понятие и виды договоров, применяемых в рекламной деятельности.	4	-
7	Правовая природа договоров о распоряжении исключительным правом. Виды авторских договоров. лицензионные договоры о передаче исключительных и неисключительных прав. Сублицензионный договор.	2	-
8	Гражданско-правовая ответственность за нарушения обязательств по договорам, регулирующим рекламную деятельность	2	-

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

Для самостоятельного обучения студенты могут использовать электронные информационные ресурсы:

Сервера дистанционного обучения РГГМУ RSHU-MOODLE
<http://moodle.rshu.ru/login/index.php>

6.Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале:

- максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100;
- максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;
- максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;
- максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;
- максимальное количество дополнительных баллов – 10.

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине.

6.2. Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации по дисциплине: экзамен.

Форма проведения экзамена: по билетам.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену:

УК-2.3, УК-2.4

1. Система законодательства о СМИ в России.
2. Конституция РФ как регулятор деятельности в сфере массово-информационных отношений.
3. Субъекты массово-информационных отношений.

4. Структурообразующие федеральные законы, регулирующие сферу массовой информации.

5. Определение термина «средства массовой информации» в ФЗ «О СМИ».

6. Основные положения Закона РФ «О средствах массовой информации».

ОПК-5.1

7. Органы, регулирующие отношения в сфере массово-информационной деятельности.

8. Нарушение законодательства о СМИ при аккредитации журналистов.

9. Как в законе «О СМИ» понимается специализированное СМИ и сетевое СМИ?

10. Роль закона о рекламе в деятельности специалиста по связям с общественностью.

11. Роль Закона РФ «О государственной тайне» в деятельности специалиста по связям с общественностью.

12. Роль Закона РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации».

13. Свобода слова и ответственность специалиста по связям с общественностью перед обществом.

14. Проблемы современного российского законодательства о СМИ.

УК-2.3, ОПК-5.1

15. Этапы развития информационного общества.

16. Нормы международного права, регулирующие сферу массовой информации.

17. Международное право в регулировании свободы слова.

18. Определите основные признаки информационного общества.

19. Государственная тайна и доступ к правительственной информации.

20. Дайте характеристику статье 10 Европейской конвенции о защите прав и основных свобод человека. (УК-2, ОПК-5)

УК-2.3, УК-2.4, ОПК-5.1

21. Как регулируются информационные отношения, складывающиеся в сети Интернет?

22. Какие существуют законные ограничения свободы информации сети Интернет?

23. Органы регулирования отношений в сфере.

24. Коммерческая тайна и специалист по связям с общественностью.

25. Какие исключения для свободы самовыражения предусмотрены в статье 10 Европейской конвенции?

26. Свобода слова и ответственность журналиста перед обществом.

27. Государственная тайна, коммерческая тайна, профессиональная тайна как предмет деятельности PR-специалиста.

28. Предмет и основные принципы правового регулирования рекламно-информационной деятельности.

УК-2.3

29. Федеральный закон «О рекламе».

30. Законодательство об авторском праве и смежных правах.

31. Федеральный закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности».

32. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в РФ.

33. Недобросовестная конкуренция и правовые способы борьбы с ней. .

34. Недобросовестная реклама и правовые способы борьбы с ней.

35. Федеральный закон РФ «О защите прав потребителей». .

36. Особенности отдельных видов рекламы и их правовое регулирование.

УК-2.3, УК-2.4, ОПК-5.1

37. Участники рекламно-информационной деятельности и их правовое положение. Классификация и виды.

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

39. Стороны договоров, применяемых в рекламно-информационной деятельности.

40. Права и обязанности рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

41. Правовая защита участников рекламно-информационной деятельности.

42. Государственный контроль в рекламно-информационной деятельности.

УК-2.3, УК-2.4

43. Юридическая ответственность участников рекламно-информационной деятельности за нарушение законодательства о рекламе.

44. Полномочия федерального антимонопольного органа по государственному контролю в области рекламно-информационной деятельности.

45. Неформальные способы регулирования рекламы.

46. Регулирование рекламы средствами массовой информации.

47. Значение Федерального закона РФ «О средствах массовой информации» в регулировании рекламно-информационной деятельности.

УК-2.3, ОПК-5.1

48. Профессиональные кодексы этики, нравственные и социальные университеты рекламно-информационной деятельности.

49. Роль местных органов в рекламно-информационной деятельности.

50. Роль средств массовой информации в саморегулировании рекламно-информационной деятельности.

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине.

Цифровые инструменты:

Тестирование, Moodle (ЭОС РГГМУ) <http://moodle.rshu.ru>

7. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469809> (дата обращения: 27.06.2021).

2. Жильцова, О. Н. Связи с общественностью: учебное пособие для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 337 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9890-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469810> (дата обращения: 27.06.2021).

3. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности: учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. А. Поляковой, А. А. Стрельцова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03600-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469235> (дата обращения: 27.06.2021).

Дополнительная литература:

1. Ученова В. В. Реклама и массовая культура: Служанка или госпожа?: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Журналистика" и "Реклама" Учебное пособие / Ученова В.В. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 248 с.

2. Индустриальные стандарты. Исследования, рейтинги. АКАР. М., 2015. Вып.2. URL: http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sp...r_sprav2015.pdf (загрузка с личной почты)

Нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.декабря 1993 года, с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30 декабря 2008 года № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 года № 7-ФКЗ, от 05 февраля 2014 года № 2-ФКЗ, от 21 июля 2014 года № 11-ФКЗ, от 14 марта 2020 года №1-ФКЗ) – URL:официальный интернет-портал правовой информации: <http://pravo.gov.ru/informatsionnyy-byulleten-sobranie-zakonodatelstva-rossiyskoy-federatsii/index.php>.

2. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями от 30 декабря 2020 г.) // СПС Консультант Плюс.

3. Закон РФ от 8 июля 2006, №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (с изменениями и дополнениями от 9 марта 2021 г.) // СПС Консультант Плюс.

4. Закон РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 02.07.2021) // СПС Консультант Плюс

5. Закон РФ от 21 июля 1993 г. № 377-ФЗ «О государственной тайне» (ред. от 11.06.2021) // СПС Консультант Плюс.

6. Федеральный закон от 13 января 1995 г. № 7-ФЗ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» (с изменениями и дополнениями от 12 марта 2014 г.) // СПС Консультант Плюс.

7. Федеральный закон от 29.07.2004 № 98-ФЗ (ред. от 09.03.2021) «О коммерческой тайне» // «Собрание законодательства РФ», 09.08.2004, №32, ст. 3283.

8. Указ Президентом РФ 5 декабря 2016 г. №646 «Доктрина информационной безопасности Российской Федерации» // СПС Консультант Плюс.

9. Указ Президентом РФ от 6 марта 1997 г. № 188 «Перечень сведений конфиденциального характера» (с изменениями и дополнениями от 13 июля 2015 г.) // СЗ РФ. 1997. № 10. Ст. 1127.

10. Указ Президентом РФ от 30 ноября 1995 г. № 1203 «Перечень сведений, отнесенных к государственной тайне» (ред. от 25.03.2021) // СЗ РФ. 1995. № 49. Ст.4775.

11. Постановление Правительства РФ от 5 декабря 1991 г. № 35 «О перечне сведений, которые не могут составлять коммерческую тайну» (с изменениями и дополнениями от 29 июля 2004 года.) // СПС Консультант Плюс.

8.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Официальные сайты органов государственной власти:

www.kremlin.ru официальный сайт Президента РФ.

www.pravительство.rf или www.government.ru официальный сайт Правительства Российской Федерации.

www.cbr.ru официальный сайт Центрального банка РФ (Банка России).

www.minfin.ru официальный сайт Министерства финансов РФ.
www.rosfinnadzor.ru официальный сайт Федеральной службы финансово-
бюджетного надзора.
www.roskazna.ru официальный сайт Федерального казначейства.

8.3. Перечень программного обеспечения

1. MS Windows 7;
2. MS Office 2010.

8.4. Перечень информационных справочных систем

1. СПС Консультант Плюс.
2. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия»: Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.law.edu.ru/>
3. ЭБС Знаниум [Электронный ресурс]. URL: <http://znanium.com>
4. ЭБС «Юрайт» [Электронный ресурс]. URL: <https://biblio-online.ru/>.

8.5. Перечень профессиональных баз данных

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система eLibrary;
2. Баз данных Web of Science
3. База данных Scopus

Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду РГГМУ, а также к справочным правовым системам и профессиональным базам данных.

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

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.