

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»

Утверждаю
Декан СПФ
_____ Т.В. Поштарева
«15» мая 2026г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с
общественностью»

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

Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очная, очно-заочная, заочная
Год начала подготовки – 2026

Разработана
канд. экон. наук, доцент кафедры
СТ
_____ Д.В. Гришин

Согласована
Зав. кафедрой СГД
_____ Е.В. Смирнова

Рекомендована
на заседании кафедры СТ
от 15 «мая» 2026 г.
Протокол № 10
Зав. кафедрой
_____ Т.В. Вергун

Одобрена
на заседании учебно-
методической
комиссии СПФ
от 15 «мая» 2026 г.
Протокол № 9
председатель УМК
_____ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2026 г.

Содержание

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП.....	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	3
4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ	4
5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа.....	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа).....	8
5.5. Самостоятельная работа.....	8
6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	9
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	9
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ....	13
8.1. Основная литература	13
8.2. Дополнительная литература	13
8.3. Программное обеспечение	14
8.4. Профессиональные базы данных.....	14
8.5. Информационные справочные системы	14
8.6. Интернет-ресурсы	14
8.7. Методические указания по освоению дисциплины.....	14
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	17

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью» является формирование у студентов знаний, умений и навыков в области применения правовых норм для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Правовые основы рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью» относится к обязательной части блока «Дисциплины (модули)» образовательной программы.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг	PR-поддержка и сопровождение рекламной кампании
Теория, практика и коммуникационные стратегии связей с общественностью	Связи с общественностью в экономике, политике и переговорных процессах
Теория и практика социальной рекламы	Рекламные технологии продвижения в сети Интернет
Политическая реклама	Организация работы со средствами массовой информации
PR-технологии в коммерческой и некоммерческой деятельности	Разработка рекламного продукта
Реклама в средствах массовой информации	Производственная практика (преддипломная практика)

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и индикатор (индикаторы) достижения 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-2.2. Выбирает оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Умеет определять задачи для достижения поставленной цели. Умеет в рамках поставленных задач определять действующие правовые нормы
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	ОПК-5.2. Выявляет и учитывает в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	Знает: – законодательство, регулирующее рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью, защиту персональных данных и интеллектуальной собственности; – этические нормы регулирования в рекламе и связях с общественностью Умеет: – применять законодательные и нормативно-правовые акты в

норм регулирования		профессиональной деятельности; – оценивать процессы и продукты профессиональной деятельности на соответствие требованиям законодательных и нормативно-правовых актов Владеет: – навыками работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами
--------------------	--	---

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часа.

Вид учебной работы	Всего			Триместр		
	очная форма обучения	очно-заочная форма обучения	заочная форма обучения	очная форма обучения	заочная форма обучения	очно-заочная форма обучения
				8	8	8
Контактная работа (всего)	40,2	30,2	14,2	40,2	14,2	30,2
в том числе:						
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	10	4	20	4	10
из них						
– лекции	20	10	4	20	4	10
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	20	20	10	20	10	20
из них						
– семинары (С)	8	8	2	8	2	8
– практические занятия (ПР)	12	12	8	12	8	12
– лабораторные работы (ЛР)						
3) групповые консультации						
4) индивидуальная работа						
5) промежуточная аттестация	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Самостоятельная работа (всего) (СР)	103,8	113,8	129,8	103,8	129,8	113,8
в том числе:						
Курсовой проект (работа)						
Расчетно-графические работы						
Контрольная работа						
Реферат						
Самоподготовка (прочие виды самостоятельной работы)	100	110	126	100	126	110
Подготовка к аттестации	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8
Общий объем, час	144	144	144	144	144	144
Форма промежуточной аттестации	зачет	зачет	зачет	зачет	зачет	зачет

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Правовые основы управления информацией	Основы правового регулирования рекламы и связей с общественностью. Общедозволительный тип правового регулирования информационной сферы. Информация ограниченного доступа: государственная и коммерческая тайны. Информация ограниченного доступа: частная жизнь и персональные данные
2	Правовое регулирование рекламы	Понятие рекламы в законодательстве РФ. Исключения из сферы действия закона «О рекламе». Недобросовестная реклама. Недостоверная и скрытая реклама. Другие общие требования к рекламе
3	Специальные требования к отдельным видам рекламы	Правовое регулирование политической рекламы. Правовое регулирование социальной рекламы. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних. Правовое регулирование других видов рекламы
4	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Реклама в периодических печатных изданиях. Реклама в кино- и видеообслуживании. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи. Наружная реклама. Реклама на транспортных средствах. Особенности иных способов распространения рекламы
5	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	Реклама алкогольной продукции. Реклама лекарственных средств, медицинских изделий и медицинских услуг. Реклама основанных на риске игр, пари. Реклама финансовых услуг, финансовой деятельности и ценных бумаг. Реклама иных товаров и услуг
6	Правовое регулирование связей с общественностью	Права и обязанности лица, взаимодействующего с журналистами. Организационные формы взаимодействия с журналистами. Внесудебный путь защиты репутации. Гражданско-правовая защита репутации. Защита репутации в уголовном и административном судопроизводстве
7	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	Объект и структура авторского права. Личные неимущественные права. Исключительное право. Переход авторских прав по договору. Бездоговорное использование произведения.
8	Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях	Правовой режим фирменного наименования. Понятие «товарный знак». Приобретение прав на товарный знак
9	Саморегулирование в сфере рекламы	Понятие и значение саморегулирования. Общие принципы саморегулирования. Международный опыт саморегулирования. Саморегулирование рекламной деятельности в России. Кодексы профессионального поведения специалиста по связям с общественностью
10	Государственное регулирование и контроль в сфере	Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности. Судебные

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
	рекламной деятельности	органы в регулировании рекламной деятельности. Юридическая ответственность в сфере рекламы. Иные виды ответственности за правонарушения в сфере рекламы

5.2. Структура дисциплины

очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	С	СР
1	Правовые основы управления информацией	10	2	–	2	6
2	Правовое регулирование рекламы	14	2	2	–	10
3	Специальные требования к отдельным видам рекламы	14	2	2	–	10
4	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	14	2	2	–	10
5	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	16	2	2	–	12
6	Правовое регулирование связей с общественностью	16	2	–	2	12
7	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	16	2	2	–	12
8	Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях	14	2	2	–	10
9	Саморегулирование в сфере рекламы	12	2	–	2	8
10	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	14	2	–	2	10
	Промежуточная аттестация (зачет)	4				
	Общий объем	144	20	12	8	100

очно-заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	С	СР
1	Правовые основы управления информацией	10	–	–	2	8
2	Правовое регулирование рекламы	14	2	2	–	10
3	Специальные требования к отдельным видам рекламы	14	2	2	–	10
4	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	14	1	2	–	11
5	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	16	1	2	–	13
6	Правовое регулирование связей с общественностью	16	2	–	2	12
7	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	16	1	2	–	13
8	Средства индивидуализации в маркетинговых	14	1	2	–	11

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	С	СР
	коммуникациях					
9	Саморегулирование в сфере рекламы	12	–	–	2	10
10	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	14	–	–	2	12
	Промежуточная аттестация (зачет)	4				
	Общий объем	144	10	12	8	110

заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов				
		Всего	Л	ПР	С	СР
1	Правовые основы управления информацией	10	2	–	–	8
2	Правовое регулирование рекламы	14	2	2	–	10
3	Специальные требования к отдельным видам рекламы	14	–	2	–	12
4	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	14	–	1	–	13
5	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	16	–	1	–	15
6	Правовое регулирование связей с общественностью	16	–	–	2	14
7	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	16	–	1	–	15
8	Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях	14	–	1	–	13
9	Саморегулирование в сфере рекламы	12	–	–	–	12
10	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	14	–	–	–	14
	Промежуточная аттестация (зачет)	4				
	Общий объем	144	4	8	2	126

5.3. Занятия семинарского типа

очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	С	Правовые основы управления информацией	2
2	2	ПР	Правовое регулирование рекламы	2
3	3	ПР	Специальные требования к отдельным видам рекламы	2
4	4	ПР	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	2
5	5	ПР	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	2
6	6	С	Правовое регулирование связей с общественностью	2
7	7	ПР	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	2
8	8	ПР	Средства индивидуализации в маркетинговых	2

			коммуникациях	
9	9	С	Саморегулирование в сфере рекламы	2
10	10	С	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	2

очно-заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	С	Правовые основы управления информацией	2
2	2	ПР	Правовое регулирование рекламы	2
3	3	ПР	Специальные требования к отдельным видам рекламы	2
4	4	ПР	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения	2
5	5	ПР	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	2
6	6	С	Правовое регулирование связей с общественностью	2
7	7	ПР	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	2
8	8	ПР	Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях	2
9	9	С	Саморегулирование в сфере рекламы	2
10	10	С	Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности	2

заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	2	ПР	Правовое регулирование рекламы	2
2	3	ПР	Специальные требования к отдельным видам рекламы	2
3	4	ПР	Особенности правового регулирования рекламы в зависимости от способа ее распространения.	1
	5	ПР	Специальные требования к рекламе отдельных товаров и услуг	1
4	6	С	Правовое регулирование связей с общественностью	2
5	7	ПР	Авторское право в рекламе и связях с общественностью	1
	8	ПР	Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях	1

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)

Не предусмотрено

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов		
		ОФО	ОЗФО	ЗФО

1-10	Изучение материалов по темам дисциплины	44	54	58
1-9	Решение практических задач	56	56	68
1-10	Подготовка к аттестации	3,8	3,8	3,8
Итого		103,8	113,8	129,8

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При осуществлении образовательного процесса по дисциплине используются следующие информационные технологии:

- сбор, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных библиотечных ресурсов и баз данных;
- использование электронной почты, социальных сетей для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем, консультаций.

Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов		
			ОФО	ОЗФО	ЗФО
1	С	Семинар-беседа	2		
6	С	Семинар-беседа	2	2	2
5	ПР	Решение практических задач	2	2	1
7	ПР	Решение практических задач	2	2	1

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов		
			ОФО	ОЗФО	ЗФО
–	–	–	–	–	–

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень оценочных средств

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
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 оптимальный способ решения поставленных задач с учетом имеющихся ресурсов, ограничений и действующих правовых норм	Умеет определять задачи для достижения поставленной цели	практические задания	практические задания
		Умеет в рамках поставленных задач определять действующие правовые нормы	практические задания	практические задания
ОПК-5 Способен учитывать в	ОПК-5.2. Выявляет и учитывает в	Знает законодательство, регулирующее	контрольные вопросы	контрольные вопросы

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из правовых и этических норм регулирования	рекламную деятельность и деятельность по связям с общественностью, защиту персональных данных и интеллектуальной собственности		
		Знает этические нормы регулирования в рекламе и связях с общественностью	контрольные вопросы	контрольные вопросы
		Умеет применять законодательные и нормативно-правовые акты в профессиональной деятельности	практические задания	практические задания
		Умеет оценивать процессы и продукты профессиональной деятельности на соответствие требованиям законодательных и нормативно-правовых актов	практические задания	практические задания
		Владеет навыками работы со специализированным программным обеспечением для работы с нормативными и законодательными документами	практические задания	практические задания

1. Образцы оценочных средств

1.1. Образцы контрольных вопросов к устному опросу, в том числе для семинара-беседы, в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Тема 1. Правовые основы управления информацией

1. К какой отрасли права можно отнести вопросы правового регулирования рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью? Что является предметом правового регулирования данной отрасли?

2. Какие основные направления можно выделить среди регулятивных механизмов в рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью? Чем они отличаются и что в них общего?

Тема 2. Правовое регулирование рекламы

1. Что понимается под рекламой в Законе о рекламе? Какими признаками обладает реклама в соответствии с законодательством РФ?

2. Укажите случаи рекламы, на которые Закон о рекламе не распространяет свое действие?

Тема 3. Специальные требования к отдельным видам рекламы

1. Что понимается в законодательстве под политической рекламой? Как можно определить политическую рекламу, опираясь на общее понятие рекламы?

2. Кто может выступать в качестве политического субъекта в политической рекламе?

Критерии и шкала оценки ответов устного опроса

Оценка «зачтено» ставится, если содержание ответа студента в целом полное или полностью соответствует заданному вопросу при допустимости некоторых погрешностей; ответ выстроен логично, при ответе используются профессиональные термины, понятия, категории; выдвигаемые положения могут быть не всегда аргументированы; в ответе демонстрируется знание специальной литературы.

Оценка «не зачтено» ставится, если содержание ответа студента не соответствует заданному вопросу; ответ выстроен в целом логично, при ответе практически не используются профессиональные термины, понятия, категории; выдвигаемые положения не аргументированы; знание специальной литературы в ответе не демонстрируется.

1.2. Образцы практических заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации

Задание

Приведите определение понятия «реклама», установленной законодательством РФ, и два определения с точки зрения экономики и маркетинга. Выделите общие черты и различия в приведенных трактовках термина.

Используя теорию и практику маркетинга, приведите классификацию рекламы не менее чем по четырем признакам.

Задание

На телевидении размещена реклама кваса «Никола». Голос за кадром дает следующую информацию: «Привезли на Русь в избытке разномастные напитки. Но сказал Никола: „Хватит нам свое здоровье тратить! Витамины, чистый солод – Пей „Николу““ На экране появляется надпись: „Квас – не кола, пей „Николу““.

Соответствует ли требованиям закона содержание данной рекламы? Что такое недобросовестная реклама, недобросовестная конкуренция? Каковы цели запрета недобросовестной рекламы? (См. Федеральный закон «О рекламе», Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях, Федеральный закон «О защите конкуренции».)

Задание

Компания ОАО «Нефискосметик», выпускающая чистящее средство «Капля Сорти», при проведении рекламной кампании транслировала рекламный ролик, в котором сравнивала чистящие свойства своей продукции и продукции иностранных производителей. Антимонопольный орган запретил показ рекламного ролика, ссылаясь на законодательство о рекламе. Проведенные независимые исследования показали, что данное средство уступает продукции иностранных производителей.

Есть ли в данном случае нарушение закона? Ответ обоснуйте.

Критерии и шкала оценки решения практических заданий и защиты практических работ

Критерии	Шкала оценки	
	«зачтено»	«не зачтено»
общие	решение задачи в целом правильное, допустимо наличие незначительных ошибок; возможны незначительные ошибки в алгоритме решения задачи; полученные результаты соответствуют поставленным целям; алгоритм решения задания в целом позволяет достичь конечной цели; в большей степени учтены действующие правовые нормы при решении поставленных задач; трактовка законодательных и нормативно-правовых актов при решении задач профессиональной деятельности в целом правильная; в большей степени учтены все законодательные и нормативно-правовые акты для оценки процессов и продуктов профессиональной деятельности	результат решения задачи неправильный; алгоритм решения задачи не правильный; полученные результаты не соответствуют поставленным целям; алгоритм решения задания не позволяет достичь конечной цели; не учтены действующие правовые нормы при решении поставленных задач; не учтены действующие правовые нормы при решении поставленных задач; трактовка законодательных и нормативно-правовых актов при решении задач профессиональной деятельности в большинстве случаев неправильная; законодательные и нормативно-правовые акты для оценки процессов и продуктов профессиональной деятельности учтены менее, чем на половину
дополнительные при защите практических работ	ответ не полный, логичный, требует пояснения	ответ отсутствует или не соответствует заданному вопросу

Критерии и шкала оценки промежуточной аттестации – зачета

Оценка «зачтено» ставится, если студент получил оценки «зачтено» за 80% и более семинаров и практических работ.

Оценка «не зачтено» ставится, если студент получил оценки «зачтено» за менее чем 80% семинаров и практических работ.

2. Порядок проведения оценочных процедур

2.1. Порядок проведения оценочных процедур в рамках текущего контроля успеваемости

Устный опрос

Подготовка к опросу проводится в ходе самостоятельной работы студентов и включает в себя повторение пройденного материала по вопросам предстоящего опроса. Помимо основного материала студент должен изучить дополнительную рекомендованную литературу и информацию по теме, в том числе с использованием Интернет-ресурсов. Опрос предполагает устный ответ студента на один и несколько вопросов преподавателя. Ответ студента должен представлять собой развёрнутое, связанное, логически выстроенное сообщение. При выставлении оценки преподаватель учитывает правильность ответа по содержанию, его последовательность, самостоятельность суждений и выводов, умение связывать теоретические положения с практикой, в том числе и с будущей профессиональной деятельностью.

Устный опрос проводится в рамках практических занятий и семинаров перед решением практических заданий. При ответе на вопрос студентам разрешается пользоваться конспектами лекций.

Решение практических заданий и защита практических работ

Решение практических заданий нацелено на формирование у студента соответствующих практических умений и навыков. Решение предлагаемых заданий является средством текущего контроля приобретенных при самостоятельной работе знаний студентов, а также необходимо

для самооценки студентами их подготовленности по теме. По теме необходимо решить (и предъявить для проверки) все предусмотренные практические задания.

Часть практических заданий выполняется студентами на практических занятиях в соответствии с расписанием занятий под руководством преподавателя. При этом преподавателем оценивается работа студента, его уровень знаний теоретического материала, необходимого для решения задания, и умение применять эти знания.

Оставшаяся часть практических заданий выполняется студентами самостоятельно с последующим предъявлением решения заданий преподавателю. Выполненные задания подлежат проверке по установленным критериям.

При защите практических работ преподаватель может задать дополнительные и уточняющие вопросы, связанные непосредственно с решением того или иного задания или по теоретическому материалу, применяемому для решения практического задания.

По результатам выполнения практических заданий на практических занятиях и в рамках самостоятельной работы, а также защиты практических работ выставляется оценка текущей успеваемости.

2.2. Порядок проведения оценочных процедур в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация - зачет

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет выставляется на основании результатов текущего контроля успеваемости, ответов на вопросы и решения практических задач.

По очной форме и заочной форме обучения зачет выставляется в специально отведенное расписанием сессии время. При этом во время зачета преподаватель проверяет выполненные студентами задания, а также задает дополнительные и уточняющие вопросы. На аттестацию каждого студента отводится 0,2 академических часа (12 минут).

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Осина, О. Н. Этическое и правовое регулирование рекламы : учебно-методическое пособие / О. Н. Осина. — Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2023. — 96 с. — ISBN 978-5-7433-3552-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131674.html>

2. Рассолов, И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов / И. М. Рассолов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 427 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18043-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582668>

8.2. Дополнительная литература

1. Колышкина, Т. Б. Анализ рекламного текста : учебник для вузов / Т. Б. Колышкина, Е. В. Маркова, И. В. Шустина. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14014-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/557118>

2. Донских, А. Г. Авторское право в СМИ : учебное пособие / А. Г. Донских. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. — 140 с. — ISBN 978-5-9275-3866-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121869.html>

8.3. Программное обеспечение

Microsoft Word или иной текстовый редактор, браузер для просмотра интернет-ресурсов (Edge, Chrome, Яндекс или иной)

8.4. Профессиональные базы данных

1. База данных нормативных правовых актов Российской Федерации - <http://pravo-search.minjust.ru/bigs/portal.html>

2. ГАС «Правосудие» - <https://ej.sudrf.ru/>

8.5. Информационные справочные системы

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

1. Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

2. Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

3. Национальная Электронная Библиотека (НЭБ) – <https://rusneb.ru>

4. Образовательная платформа ЮРАЙТ - <https://urait.ru/>

5. Электронная библиотечная система «СКСИ» - <https://www.sksi.ru/Environment/EbsSksi>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Методические указания по ведению конспектов лекций

Конспектирование лекции – важный шаг в запоминании материала, поэтому конспект лекций необходимо иметь каждому студенту. Задача студента на лекции – одновременно слушать преподавателя, анализировать и конспектировать информацию. При этом как свидетельствует практика, не нужно стремиться вести дословную запись. Таким образом, лекцию преподавателя можно конспектировать, при этом важно не только внимательно слушать лектора, но и выделять наиболее важную информацию и сокращенно записывать ее. При этом одно и то же содержание фиксируется в сознании четыре раза: во-первых, при самом слушании; во-вторых, когда выделяется главная мысль; в-третьих, когда подыскивается обобщающая фраза, и, наконец, при записи. Материал запоминается более полно, точно и прочно.

Хороший конспект – залог четких устных и письменных ответов, выполнения практических заданий и самостоятельной работы. Составление эффективного конспекта лекций может сократить в четыре раза время, необходимое для полного восстановления нужной информации. Для экономии времени, перед каждой лекцией необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, внести исправления, выделить важные аспекты изучаемого материала

Конспект помогает не только лучше усваивать материал на лекции, он оказывается незаменим при подготовке экзамену. Следовательно, студенту в дальнейшем важно уметь оформить конспект так, чтобы важные моменты были выделены графически, а главную информацию следует выделять в самостоятельные абзацы, фиксируя ее более крупными буквами или цветными маркерами. Конспект должен иметь поля для заметок. Это могут быть библиографические ссылки и, наконец, собственные комментарии.

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Семинарские занятия являются одним из основных звеньев процесса изучения дисциплины. Цель занятий заключается в уяснении и усвоении студентами важнейших профессиональных категорий и понятий.

В ходе семинаров студент закрепляет и углубляет знания, полученные на лекциях и в ходе самостоятельной подготовки, приобретает навыки научного мышления, обработки общей и специальной информации, умение последовательно, четко и аргументировано излагать свои мысли, отстаивать собственные позиции.

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по данной дисциплине.

Прежде чем приступить к изучению темы, необходимо просмотреть основные вопросы плана семинара. Начиная подготовку к семинарскому занятию, студентам необходимо, прежде всего, посмотреть конспекты лекций, разделы учебников и учебных пособий, чтобы получить общее представление о месте и значении темы в изучаемом курсе. Затем следует поработать с дополнительной литературой, сделать конспекты семинарских занятий по рекомендованным источникам.

Конспекты семинарских занятий имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемой литературы, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора.

Ведение конспекта способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего конспекты, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения, прочитанного, для мобилизации накопленных знаний.

При конспектировании можно использовать следующие формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы.

При введении конспекта важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал, а также составлять конспект с учетом своего будущего устного выступления.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускаются и простое чтение конспекта, тем более учебника. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам, использовать знание учебной и дополнительной литературы, факты и наблюдения современной жизни и т. д.

Вокруг такого выступления могут разгореться споры, дискуссии, к участию в которых должен стремиться каждый. Преподаватель, в свою очередь, будет внимательно и критически слушать, подмечать особенное в суждениях студентов, улавливать недостатки и ошибки, корректировать их знания, и, в случае необходимости разрешить спорную ситуацию.

Владение понятийным аппаратом – необходимое условие усвоения дисциплины. В усвоении их используются различные виды устного опроса.

Семинарские занятия по предложению преподавателя могут быть проведены в виде свободной дискуссии по существу обсуждаемой темы, в форме выступлений с заранее подготовленными докладами (эссе) по рекомендуемым вопросам и их последующего обсуждения. В ходе занятий студенты могут выполнять письменные задания по вопросам темы, отвечать на контрольные тесты.

Подготовка к практическим занятиям включает 2 этапа: 1й – организационный; 2й – закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: - уяснение задания на самостоятельную работу; - подбор рекомендованной литературы; - составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале. Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам. В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь. При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения. В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для практической деятельности. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал.

Методические указания по самостоятельной работе

Самостоятельная работа по дисциплине включает следующие виды работ:

- изучение литературы по темам дисциплины;
- выполнение практических заданий;
- подготовка к промежуточной аттестации (зачет).

Изучение литературы по темам дисциплины включает в себя изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций, и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса. При изучении литературы следует пользоваться источниками основной и дополнительной литературы, а также информационными источниками сети интернет, посвященным вопросам правового регулирования рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью.

При изучении литературы и информационных источников следует составлять конспекты изучаемого материала, при этом для наглядности рекомендуется представлять информацию в графической (в виде схем, графиков) и табличной форме.

Начинать изучение литературы следует с изучения лекционного материала, затем материала учебников из раздела основной литературы, дополняя конспекты лекций. После этого следует изучить материалы дополнительной литературы и иных информационных источников, продолжая дополнять составленные конспекты. В процессе изучения литературы

при появлении затруднений в понимании той или иной информации следует составлять перечень вопросов, которые можно задать преподавателю в рамках практических занятий или консультаций.

При изучении литературных источников сначала следует прочитать весь материал, относящийся к изучаемой теме или ее части, а затем выделив основное, приниматься за составление или доработку конспекта.

Часть практических заданий по той или иной теме выполняется в рамках практических занятий. Оставшаяся часть выполняется самостоятельно. Самостоятельное выполнение практических заданий следует начинать с ознакомления с текстом задания. После его прочтения необходимо четко определить задачу, которую надо решить в процессе выполнения задания. Далее следует выбрать исходные условия и ограничения, которые необходимо учесть при решении задачи, а также недостающую информацию. Следующим этапом решения задания является определение алгоритма действий, направленных на достижение поставленной цели. После определения алгоритма следует приступить к решению задания в соответствии с определенными ранее шагами.

Процесс и результаты решения практических заданий необходимо фиксировать письменно: в тетради или в текстовом файле формата Word. При этом текст решения задания должен быть подробным, описывающим порядок действий при решении задания и результаты таких действий. Необходимо обязательно указывать размерность и единицы измерения (при наличии) тех величин, которые приводятся при решении заданий.

Методические рекомендации по подготовке к аттестации

При подготовке к зачету студенту необходимо:

- повторить теоретический материал дисциплины, используя материал лекций, практических занятий, учебников, учебных пособий;
- повторить основные понятия и термины;
- просмотреть алгоритм решения практических задач.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:

- для проведения занятий лекционного типа - аудитория, оснащенная учебной мебелью, доской (при отсутствии учебной доски - экран и проектор);
- для проведения занятий семинарского типа - аудитория, оснащенная учебной мебелью, доской (при отсутствии учебной доски - экран и проектор), компьютерами с доступом к СПС «Консультант Плюс» и сети Интернет;
- для проведения промежуточной аттестации - аудитория, оснащенная учебной мебелью.

Для самостоятельной работы необходимы помещения, оснащенные учебной мебелью, компьютерами с доступом к СПС «Консультант Плюс» и сети Интернет.

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.