АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.10.02
«Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности»

Объем трудоемкости: 2 *зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лекционных 4 ч., лабораторных 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - усвоение и практическое применение студентами основных положений общей теории права, а также российского публичного и частного права. В рамках дисциплины изучаются основы таких отраслей публичного права, как конституционное (государственное), административное, финансовое и уголовное.

Задачи дисциплины:
- изучить основные принципы правового регулирования вопросов информации и печати; рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
-выявить современные механизмы и принципы саморегулирования в связях с общественностью и рекламной деятельности;
- рассмотреть законы, обеспечивающие правовое регулирование деятельности средств массовой информации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ООП. Она имеет последующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла «Социология», дисциплинами профессионального цикла «Теория и практика массовой информации».

Дисциплина основана на общегуманитарных знаниях, создающих фундамент для многоаспектного рассмотрения теории правого регулирования рекламной деятельности и связей с общественностью современном обществе. Для освоения дисциплины необходимы знания о правовых процессах в России и за рубежом, об особенностях функционирования социальных институтов, о роли СМИ в формировании интересов гражданского общества в эпоху глобализации. Сегодня, в информационном обществе, коммуникативная компетентность личности чрезвычайно востребована – в системе профессиональной подготовки специалиста она выступает одним из приоритетов.
Дисциплина направлена на формирование у будущих специалистов коммуникативной компетентности, проявляющуюся в знании механизмов правого регулирования деятельности по связям с общественностью и рекламы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных компетенций (ОК):
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (**ОК-4**);

профессиональных компетенций (ПК):
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (**ПК-13**);

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОК-4**	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	*знать* специфику рекламного законодательства РФ;	*уметь* организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы;	*владеть* навыками сбора и анализа информации
2	**ПК-13**	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	*знать* основные направления рекламно-информационной деятельности;	*уметь* организовать рекламные кампании и мероприятия;	*владеть* навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему	17	1	-	1	15
2.	Направления регулирования рекламной деятельности	17	1	-	1	15
3.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России	17	1	-	1	15
4.	Правовое регулирование различных способов распространения рекламы. *Итоговое занятие*	17	1	-	1	15
	Итого по дисциплине:		4	-	4	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1.Чехов, А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 1 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/22882. — Загл. с экрана.

2.Чехов, А.П. Рекламы и объявления [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2013. — 1 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/22883. — Загл. с экрана.

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О