

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Иванов А.Г.

подпись

«29»

мая

2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.10.01 ГОСУДАРСТВЕННОЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в системе государственного и муниципального управления

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2015

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.10.01 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

И.О. Никулин, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.10.01 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности утверждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий

протокол № 9 «12» мая 2015 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры издательского дела, рекламы и медиатехнологий

протокол № 9 «12» мая 2015 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Кравченко Н.П.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

протокол № 09-15 «26» мая 2015 г.

Председатель УМК факультета Демина Л.И.

фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

А.В. Осташевский, доктор филологических наук, проф., проф. кафедры истории и правового регулирования массовых коммуникаций ФГБОУ ВО «КубГУ»

М.В. Адамова, первый заместитель главного редактора краевой газеты «Кубань Сегодня»

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 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.

1.2 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.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.01 «Государственное и общественное 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 правового 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 правового регулирования деятельности по связям с общественностью и рекламы.

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

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

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ОК4	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности	специфику рекламного законодательства РФ;	организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и	навыками сбора и анализа информации

№ п.п.	Индекс компет енции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
				дополнительн ой литературы;	
2.	ПК13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	основные направления рекламно- информацион ной деятельности;	организовать рекламные кампании и мероприятия;	навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ЗФО).

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			7			
Контактная работа, в том числе:						
Аудиторные занятия (всего):		8	8			
Занятия лекционного типа		4	4			
Лабораторные занятия		4	4			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)						
КСР						
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:						
Курсовая работа – не предусмотрено						
Проработка учебного (теоретического материала)		26	26			
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)		4	4			
Реферат		4	4			
Подготовка к текущему контролю		26	26			
Контроль:		3,8	3,8			
Подготовка к экзамену						
Общая трудоемкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	8,2	8,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура 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. <i>Итоговое занятие</i>	17	1		1	15
	<i>Итого по дисциплине:</i>		4		4	60

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа.

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Правовое регулирование рекламной	Функции рекламной деятельности и виды ответственности, определяемые ими. Заинтересованность всех субъектов рекламного рынка в регулировании рекламы.	Конспект лекций
2.	Направления регулирования рекламной деятельности	Специфика регулирования рекламной деятельности. Этические вопросы рекламы. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности. Государственное регулирование рекламной деятельности. Международное регулирование рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики.	Конспект лекций
3.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России	Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность. Законодательства о рекламе. Хронология появления законодательных актов. Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации», «О рынке ценных бумаг» и пр.	Конспект лекций
4.	Правовое регулирование различных способов распространения рекламы	Реклама в телепрограммах и телепередачах. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Реклама в периодических печатных изданиях, при кино- и видеобслуживании. Наружная реклама и установка рекламных конструкций. Реклама на транспортных средствах и с их	Конспект лекций

	использованием.	
--	-----------------	--

2.3.2 Занятия семинарского типа.

Занятия семинарского типа не предусмотрены

2.3.3 Лабораторные занятия.

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Заинтересованность всех субъектов рекламного рынка в регулировании рекламы	Отчет по лабораторной работе
2.	Этические вопросы рекламы	Отчет по лабораторной работе
3.	Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность	Отчет по лабораторной работе
4.	Наружная реклама и установка рекламных конструкций	Отчет по лабораторной работе

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы - не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	Балабуха, П. И. Роль рекламы в современных СМИ [Электронный ресурс] / П. И. Балабуха. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 150 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142431&sr=1. Богацкая, Софья Германовна. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. Г. Богацкая. - М. : Университетская книга, 2007. - 366 с. - (Новая университетская библиотека). - Библиогр.: с. 322-328. - ISBN 9785986990323 : 230.00. Гришко, Н. Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы [Электронный ресурс] / Н. Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 141 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345. Марченко, М. Н.

		Правовое государство и гражданское общество [Электронный ресурс] : (теоретико-правовое исследование) : учебное пособие / М. Н. Марченко. - М. : Проспект, 2015. - 646 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=252222&sr=1. Основы рекламы [Электронный ресурс] : практикум / авт.-сост. Е. А. Арутунова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 122 с. ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458170. Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие для вузов / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 300 с. : ил. - (Учебное пособие) (Стандарт третьего поколения) (Для бакалавров и специалистов) (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 294-300. - ISBN 9785496003988 : 387.81. Алексеев, С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебное пособие / С.В. Алексеев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 502 с. - (Dura lex, sed lex). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00634-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493 Манойло, А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — Электрон. дан. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2012. — 340 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/5175
2.	Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)	Балабуха, П. И. Роль рекламы в современных СМИ [Электронный ресурс] / П. И. Балабуха. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 150 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142431&sr=1. Богацкая, Софья Германовна. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. Г. Богацкая. - М. : Университетская книга, 2007. - 366 с. - (Новая университетская библиотека). - Библиогр.: с. 322-328. - ISBN 9785986990323 : 230.00. Гришко, Н. Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы [Электронный ресурс] / Н. Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 141 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345. Марченко, М. Н. Правовое государство и гражданское общество [Электронный ресурс] : (теоретико-правовое исследование) : учебное пособие / М. Н. Марченко. - М. : Проспект, 2015. - 646 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=252222&sr=1.

		Основы рекламы [Электронный ресурс] : практикум / авт.-сост. Е. А. Арутунова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 122 с. ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458170. Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие для вузов / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 300 с. : ил. - (Учебное пособие) (Стандарт третьего поколения) (Для бакалавров и специалистов) (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 294-300. - ISBN 9785496003988 : 387.81. Алексеев, С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебное пособие / С.В. Алексеев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 502 с. - (Dura lex, sed lex). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00634-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493 Манойло, А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — Электрон. дан. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2012. — 340 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/5175
3.	Реферат	Балабуха, П. И. Роль рекламы в современных СМИ [Электронный ресурс] / П. И. Балабуха. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 150 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142431&sr=1. Богацкая, Софья Германовна. Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. Г. Богацкая. - М. : Университетская книга, 2007. - 366 с. - (Новая университетская библиотека). - Библиогр.: с. 322-328. - ISBN 9785986990323 : 230.00. Гришко, Н. Д. Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой рекламы [Электронный ресурс] / Н. Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 141 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345. Марченко, М. Н. Правовое государство и гражданское общество [Электронный ресурс] : (теоретико-правовое исследование) : учебное пособие / М. Н. Марченко. - М. : Проспект, 2015. - 646 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=252222&sr=1. Основы рекламы [Электронный ресурс] : практикум / авт.-сост. Е. А. Арутунова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального

	образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 122 с. ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458170. Ягодкина, Марьяна Валериевна. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие для вузов / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластушинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 300 с. : ил. - (Учебное пособие) (Стандарт третьего поколения) (Для бакалавров и специалистов) (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 294-300. - ISBN 9785496003988 : 387.81. Алексеев, С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебное пособие / С.В. Алексеев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 502 с. - (Dura lex, sed lex). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00634-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493 Манойло, А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — Электрон. дан. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2012. — 340 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/5175
--	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, проблемные лекции, практические занятия, самостоятельные работы по основным темам курса.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используется такая интерактивная форма проведения занятий как подготовка рефератов.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

4.1.1 Примерная тематика лабораторных занятий:

Тема: Наружная реклама и установка рекламных конструкций

Задание: рассмотреть примеры наружной рекламы и установки рекламных конструкций (по выбору студента)

4.1.2 Примерные темы рефератов:

1. Специфика регулирования рекламной деятельности. Этические вопросы рекламы.
2. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности. Саморегулирование рекламной деятельности.
3. Государственное регулирование рекламной деятельности.
4. Международное регулирование рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики.
5. Хронология появления законодательных актов.
6. Рекламное законодательство Российской Федерации.
7. Пределы ответственности участников рекламной деятельности.
8. Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность.
9. Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации», «О рынке ценных бумаг» и пр.
10. Реклама в телепрограммах и телепередачах.
11. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.
12. Реклама в периодических печатных изданиях, при кино- и видеобслуживании.
13. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
14. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.
15. Проблемы практического применения законодательства в рекламной сфере. Эксплуатация закона в целях недобросовестной конкуренции.
16. Реклама алкогольных напитков, пива и табачных изделий.
17. Реклама лекарственных и медицинских средств и услуг, биологически активных и пищевых добавок, детского питания.
18. Реклама финансовых услуг, ценных бумаг и услуг по заключению договоров ренты.
19. Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой.
20. Сложности государственного регулирования.
21. Саморегулирование как решение проблем применения законодательного регулирования.
22. Механизмы контроля и воздействия на СМИ.
23. Характеристика Международного кодекса рекламной практики.
24. Основные права и обязанности участников рекламной деятельности

(рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя).

25. Специфика субъектов авторского права на аудиовизуальное произведение (режиссер-постановщик, сценарист, композитор). Смежные права.

26. Честь, достоинство и деловая репутация как институты права СМИ.

27. Защита чести, достоинства и деловой репутации: способы и порядок осуществления.

28. Политическая реклама, законодательное регулирование

29. Социальная реклама, регулирование

30. Авторское право.

31. Действие исключительного права на произведения науки, литературы и искусства на территории Российской Федерации.

32. Соавторство

33. Свободное публичное исполнение музыкального произведения

34. Сравнение развития регламентации рекламы во Франции, Германии, Англии.

35. Отличительные черты развития Американской практики регулирования от европейской

36. Недобросовестное коммерческое поведение субъектов рынка.

37. Творческие методы, приводящие к ненадлежащей рекламе, и пути борьбы с ними.

38. Налогообложение при производстве, размещении и распространении рекламной продукции.

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата.

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата. После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение

главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных, уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:
– знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание

фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;

- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.

Контрольные вопросы для промежуточной формы контроля (зачет)

1. Функции рекламной деятельности и виды ответственности, определяемые ими. Заинтересованность всех субъектов рекламного рынка в регулировании рекламы.
2. Специфика регулирования рекламной деятельности. Этические вопросы рекламы.
3. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности.
4. Саморегулирование рекламной деятельности.
5. Государственное регулирование рекламной деятельности.
6. Международное регулирование рекламной деятельности.
7. Международный кодекс рекламной практики.
8. Российская стратегия создания нормативной базы, регулирующей рекламную деятельность. Законодательства о рекламе.
9. Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации», «О рынке ценных бумаг» и пр.
10. Реклама в телепрограммах и телепередачах.
11. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах.
12. Реклама в периодических печатных изданиях, при кино- и видеобслуживании.
13. Наружная реклама и установка рекламных конструкций.
14. Реклама на транспортных средствах и с их использованием.
15. Объекты рассмотрения законодательства о рекламе.
16. Проблемы практического применения законодательства в рекламной сфере.
17. Эксплуатация закона в целях недобросовестной конкуренции.
18. Регулирование воздействия на потребителя.
19. Реклама алкогольных напитков, пива и табачных изделий.
20. Реклама лекарственных и медицинских средств и услуг, биологически активных и пищевых добавок, детского питания.

- 21.Реклама финансовых услуг, ценных бумаг и услуг по заключению договоров ренты.
- 22.Правовые способы борьбы с недобросовестной рекламой.
- 23.Закономерность появления системы саморегулирования.
- 24.Сложности государственного регулирования.
- 25.Саморегулирование как решение проблем применения законодательного регулирования.
- 26.Понятие и признаки рекламы как разновидности информации.
- 27.Основные требования, предъявляемые к рекламе.
- 28.Специальные требования к рекламной деятельности.
- 29.Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.
- 30.Система источников правового регулирования рекламной деятельности.
- 31.Регулирование рекламной деятельности за рубежом.
- 32.Международный кодекс рекламной практики.
- 33.Цели и задачи законодательства РФ о рекламе.
- 34.Основные принципы рекламного законодательства России.
- 35.Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя).
- 36.Классификация рекламы по предъявляемым к ней требованиям.
- 37.Особенности рекламы в радио- и телепрограммах.
- 38.Особенности рекламы в периодических печатных изданиях.
- 39.Особенности рекламы в кино- и видеообслуживании, справочном обслуживании.
- 40.Особенности наружной рекламы (понятие, распространение).
- 41.Особенности рекламы на транспортных средствах и почтовых отправлениях.
- 42.Особенности рекламы отдельных видов товаров (алкогольных напитков, табака и табачных изделий; медикаментов, изделий медицинского назначения, медицинской техники; оружия, вооружения и военной техники).
- 43.Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг.
- 44.Социальная реклама.
- 45.Понятие и сущность ненадлежащей рекламы.
- 46.Виды ненадлежащей рекламы.
- 47.Недобросовестная реклама.
- 48.Недостоверная реклама.
- 49.Неэтичная реклама.
- 50.Ложная реклама.
- 51.Скрытая реклама.
- 52.Государственный контроль органов исполнительной власти за рекламой.
- 53.Полномочия федерального антимонопольного органа в области рекламы.
- 54.Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценки:

- **оценка «зачтено»:** студент владеет теоретическими знаниями по данному разделу, допускает незначительные ошибки; студент умеет правильно объяснять материал, иллюстрируя его примерами.

- **оценка «не зачтено»:** материал не усвоен или усвоен частично, студент затрудняется привести примеры, довольно ограниченный объем знаний программного материала.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

- при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;
- при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;
- при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).

5.1 Основная литература:

1. Балабуха, П. И.

Роль **рекламы** в современных СМИ [Электронный ресурс] / П. И. Балабуха. - Москва : Лаборатория Книги, 2012. - 150 с. -

http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=142431&sr=1.

2. Богацкая, Софья Германовна.
Правовое регулирование рекламной деятельности [Текст] : учебное пособие для студентов вузов / С. Г. Богацкая. - М. : Университетская книга, 2007. - 366 с. - (Новая университетская библиотека). - Библиогр.: с. 322-328. - ISBN 9785986990323 : 230.00.
3. Гришко, Н. Д.
Реклама в прессе: типологические, стилевые особенности. Проблема скрытой **рекламы** [Электронный ресурс] / Н. Д. Гришко. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 141 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142345>.
4. Марченко, М. Н.
Правовое государство и гражданское общество [Электронный ресурс] : (теоретико-**правовое** исследование) : учебное пособие / М. Н. Марченко. - М. : Проспект, 2015. - 646 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=252222&sr=1.
5. Основы **рекламы** [Электронный ресурс] : практикум / авт.-сост. Е. А. Арутунова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». - Ставрополь : СКФУ, 2015. - 122 с. ил. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458170>.
6. Ягодкина, Марьяна Валериевна.
Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учебно-методическое пособие для вузов / М. В. Ягодкина, А. П. Иванова, М. М. Сластущинская ; [науч. ред. Т. Г. Аркадьева]. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2014. - 300 с. : ил. - (Учебное пособие) (Стандарт третьего поколения) (Для бакалавров и специалистов) (Учебник для вузов). - Библиогр.: с. 294-300. - ISBN 9785496003988 : 387.81.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Алексеев, С.В. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебное пособие / С.В. Алексеев. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 502 с. - (Dura lex, sed lex). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00634-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114493>
2. Манойло, А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — Электрон. дан. — Москва : Горячая линия-Телеком, 2012. — 340 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/5175>

5.3. Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
2. Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (<http://www.elibrary.ru>)

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей. Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям: – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному; – логичность, четкость и ясность в изложении материала; – возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции; – опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные; – тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся; – научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств; – активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их; – эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Лабораторные занятия (ЛЗ).

Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания. Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов). Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными

умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности.

Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня. В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя, студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.
- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.
- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.
- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

Студент может: сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;
- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;
- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;
- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;
- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;
- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций. Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Изучение дисциплины «Государственное и общественное регулирование рекламно-

информационной деятельности» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; лабораторные занятия; консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса; - чтение и конспектирование рекомендованной литературы; - проведение лабораторных занятий.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)

8.1 Перечень информационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Microsoft Windows 7.8, 8.1 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

8.3 Перечень информационных справочных систем:

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 370-АЭФ/2014 от 2 декабря 2014г.
2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» :
3. Договор № 0303/2015 от 3 марта 2015г.
4. Договор № 2207/2015 от 22 июля 2015г
5. ЭБС «ZNANIUM.COM» <http://www.znanium.com/> ООО «НИЦ ИНФРА-М» Договор № 0711/2014/3 от 7 ноября 2014.
6. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 77/2015 от 11 ноября 2015 г.
7. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 2611/2015 от 26 ноября 2015г.
8. ЭБС BOOK.ru <http://www.book.ru/> ООО «КноРус медиа» Договор № 2311/2015 от 23 ноября 2015 г.

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Лабораторные занятия	Аудитория для лабораторных занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)
3.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
5.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)